

Alma Mater Studiorum – Università di Bologna

DOTTORATO DI RICERCA

**Cooperazione Internazionale e Politiche per lo Sviluppo
Sostenibile**

Ciclo XX

**Settore scientifico disciplinare di afferenza: M-DEA/01 AREA
ANTROPOLOGICA EDUCATIVA**

**LA COMUNICAZIONE della COOPERAZIONE
ALLO SVILUPPO: GLI ENTI PUBBLICI.
ANALISI DISCORSIVE DEI SITI WEB**

Presentata da: Marina Mantini

Coordinatore Dottorato

prof. Andrea Segrè

Relatore

prof. Gonzalo Abril Curto

Esame finale anno 2009

A Luis,
che ha condiviso con me il cammino di questa ricerca, senza il quale non sarei
stata capace di portarla a termine.

A Martino e Camillo,
per avermi insegnato ogni giorno dalla loro nascita la virtù della pazienza e la
relatività delle cose.

Dire che è un problema teorico implica che non si tratta semplicemente di una difficoltà immaginaria, ma di una difficoltà realmente esistente.
L. Althusser

El instante en que un sentimiento entra en el cuerpo es político. Esta caricia es política.
Adrienne Rich

Nombrar mal las cosas representa aumentar las desgracias del mundo.
A. Camus

INDICE

Introduzione, p.11

I PARTE- IL PANORAMA GENERALE DELLA COMUNICAZIONE PER LO SVILUPPO, p.21

Cap. 1. La comunicazione per lo sviluppo: definizione, storia, teorie e modelli

1.1. Introduzione alla comunicazione per lo sviluppo, p.21

1.1.1. Il concetto di sviluppo e l'influenza sul paradigma attuale di comunicazione, p.27

1.1.2. Evoluzione storica della comunicazione per lo sviluppo, p.32

1.1.3. La teoria della diffusione e il paradigma del cambiamento sociale, p.35

1.1.4. La teoria della dipendenza, p.38

1.1.5. Verso un nuovo concetto di sviluppo, p.41

1.1.6. Dal nuovo concetto di sviluppo ai nuovi paradigmi della comunicazione, p.44

1.2. Teorie e modelli attuali, p.50

1.2.1. I modelli derivanti dal paradigma della diffusione, p.51

1.2.2. I modelli derivanti dal paradigma partecipativo, p.53

1.2.3. Altri approcci, p.54

1.2.4. Il superamento dei paradigmi dominanti, p.55

1.3. Le politiche della comunicazione per lo sviluppo degli enti pubblici internazionali, p.56

1.4. Le politiche della comunicazione per lo sviluppo di alcuni enti privati, p.64

1.5. Le roundtables dell'ONU, p.66

Cap. 2. La comunicazione “dello” sviluppo: un nuovo paradigma all'interno del campo di studi sulla cooperazione internazionale

2.1. Dalla comunicazione “per” alla comunicazione “di”, p.69

2.2. La comunicazione della cooperazione: un approccio riflessivo-performativo, p.76

2.2.1. Comunicazione e cooperazione: enti pubblici e discorso umanitario, p.79

2.2.2. Gli stati nazionali e gli enti locali come esempi di azioni pubbliche di cooperazione internazionale, p.83

2.2.3. La natura comunicativa delle politiche culturali e di cooperazione degli enti pubblici, p.87

II PARTE- METODOLOGIA DI ANALISI E RIFERIMENTI TEORICI

Cap. 3. El sitio web como lugar de construcción de los discursos de la cooperación internacional al desarrollo. Un marco teórico y metodológico, p.95

- 3.1. Testos, discursos y prácticas sociales, p.97
- 3.2. La comunicación de la cooperación internacional al desarrollo entre lo público y lo político, p.103
 - 3.2.1. La perspectiva de la antropología para el desarrollo, p.107
- 3.3. Los nuevos medios de comunicación de masas: los sitios web y el hipertexto, p.110
- 3.4. Metodología e instrumentos de análisis, p. 118
 - 3.4.1. La socio-semiótica como práctica metodológica, p.118
 - 3.4.2. El análisis multimodal, p.120
 - 3.4.3. Semiótica de los nuevos medios, p.123
 - 3.4.4. Principios de análisis semióticos de un sitio Web, p.125

III PARTE. ANALISI DEI SITI WEB

Capitolo 4. Gli enti pubblici italiani e la cooperazione allo sviluppo: stato, regioni e province, p.135

- 4.1. La scheda di analisi, p.142
- 4.2. Il Ministero degli Affari Esteri e la Cooperazione allo Sviluppo: il sito nel 2005, p.144
 - 4.2.1. Identificazione e struttura del sito, p.145
 - 4.2.2. Trama visiva dell'interfaccia grafica, p.147
 - 4.2.3. Le strategie enunciative del sito: prime ipotesi, p.147
 - 4.2.4. Considerazioni sui risultati dell'analisi: la strategia comunicativa della distanza istituzionale, p.150
- 4.3. Il sito della cooperazione allo sviluppo del Mae nel 2006, p.151
 - 4.3.1. Identificazione e struttura del sito, p.152
 - 4.3.2. La trama visiva: simboli e giochi ottici, p.153
 - 4.3.3. Prima ipotesi ideologica, p.156
- 4.4. Il sito della Cooperazione Italiana allo Sviluppo nel 2008, p.156
 - 4.4.1. Identificazione, percorso di accesso e struttura del sito, p.157
 - 4.4.2. L'interfaccia grafica, p.159
 - 4.4.3. I modelli comunicativi possibili: istituzionale vs umanitario, p.163
- 4.5. Altri due esempi: la Provincia di Bologna e la Regione Veneto, p.166
 - 4.5.1. La Provincia di Bologna, p.167
 - 4.5.2. La Regione Veneto, p.177
 - 4.5.3. Dal quadrato al triangolo: le altre regioni italiane, p.184
 - 4.5.4. Modello istituzionale, p.185
 - 4.5.5. Modello misto, p.192
 - 4.5.6. Modello Umanitario, p.197
- 4.6. I regimi discorsivi emergenti dai modelli, p.199
 - 4.6.1. L'ente come coordinatore-controllore, p.199
 - 4.6.2. La semantica burocratico-umanitaria, p.200
 - 4.6.3. L'economia della cooperazione, p.200
 - 4.6.4. L'esclusione del destinatario: la sofferenza a distanza, p.201

4.7. La cooperazione istituzionale: quando il pubblico non è politico, p.202

Capitolo 5. L'Agencia Española para la Cooperación Internacional al Desarrollo, p.205

5.1. La cooperazione per lo sviluppo in Spagna: 20 años de cooperación, p.206

5.2. Il nuovo sito, p.209

5.2.1. Identificazione, percorso e struttura: aspetti strumentali del sito web, p.210

5.2.2. Trama visuale, p.216

5.2.3. Ipotesi sulle strategie comunicative, p.223

5.2.4. Il sito Aecid fra umanitario e istituzionale, p.224

5.2.5. Il globo, le mani, i volti: immagini dalla cooperazione, p.228

5.3. Aecid: considerazioni finali, p.237

6. Conclusioni: p.241

6.1. L'analisi del discorso applicata alla cooperazione per lo sviluppo: un approccio interdisciplinare, p.246

6.2. Descrivere, interpretare e produrre: per una semiotica della cooperazione allo sviluppo...p.247

6.3. ...e per una semiotica dei nuovi media, p.250

6.4. Il discorso degli enti pubblici dalla politica pubblica all'etica privata, p.253

6.5. Un altro discorso è possibile?, p.257

Bibliografia, p.259

Ringraziamenti, p.267

Introduzione

Nel panorama attuale della cooperazione internazionale allo sviluppo, la comunicazione ha acquisito un ruolo e una funzione crescenti. Da elemento quasi opzionale e di supporto, è passata ad essere considerata a tutti gli effetti fondamentale e necessaria. Se prima era ad appannaggio esclusivo, o quasi, dei grandi organismi internazionali pubblici (Onu, Fao, Unesco, solo per citare i più importanti) e privati (grandi Ong come Amnesty International, Intermon Oxfam, Médecins Sans Frontières, simili ormai a delle multinazionali dell'umanitario), oggi i discorsi, le pratiche e i processi comunicativi sono tenuti largamente presenti da parte di tutti gli operatori del settore, sin dalle più piccole e locali Ong. Oltre a quest'abbondanza di discorsi e di soggetti di cooperazione, la comunicazione ha assunto ruoli e funzioni distinti, che hanno contribuito a creare un panorama disciplinare complesso che qui ci proponiamo di indagare.

La nostra ricerca si inserisce quindi nel contesto della disciplina conosciuta come "Comunicazione per lo Sviluppo", o communication for development, situata all'interno del campo della comunicazione per il cambio sociale, caratterizzata per l'utilizzo degli strumenti e delle teorie della comunicazione, di massa e interpersonali, nelle iniziative e nelle ricerche, teoriche e pratiche, applicate alla cooperazione internazionale allo sviluppo.

Come vedremo nel primo capitolo, si tratta di una disciplina relativamente giovane, che inizia a muovere i primi passi nel secondo dopoguerra, in contemporanea con i primi interventi di cooperazione internazionale, a partire dal secondo dopoguerra. Inizia ad essere usata come strumento per combattere i fattori di un ritardo considerato "oggettivo" rispetto ad un unico ed univoco modello di progresso, ovviamente quello occidentale, europeo e statunitense. La definizione di sviluppo influenza anche gli interventi di comunicazione utilizzati a questo fine, e l'evoluzione del concetto segna una pari evoluzione nelle applicazioni comunicative. Data la mancanza di testi di riferimento che ripercorrano una cronologia della successione dei modelli di comunicazione adottati in questo ambito, dovuti anche alla convergenza di paradigmi e strategie che hanno dato origine ad un terreno disciplinare e di ricerca in cui la terminologia è piuttosto articolata e la confusione concettuale alquanto frequente, cercheremo di sintetizzare le tappe che hanno segnato l'evoluzione della comunicazione per lo sviluppo, dagli inizi all'epoca

odierna, e le teorie attualmente in voga, alla base delle azioni e dei progetti di comunicazione per lo sviluppo.

In ogni caso, sono gli organismi pubblici internazionali a presentare una maggior tradizione nella disciplina e nei suoi vari approcci (specialmente le agenzie internazionali dell'Onu e alcune fondazioni private) e si sono trasformate in punti di riferimento per tutti gli altri. Nel 1996 l'Assemblea Generale dell'Onu votò la risoluzione che instaurava la cadenza biennale delle Roundtable sulla Comunicazione, sotto il patrocinio a rotazione delle agenzie partner. Nello stesso anno, su iniziativa dell'Unesco, sempre in Assemblea generale si adottava la prima risoluzione sulla "comunicazione per lo sviluppo".

Il ruolo e la funzione degli organismi pubblici ci hanno quindi orientato nella scelta del nostro oggetto specifico di ricerca all'interno della prospettiva comunicativa appena delineata, che nell'ampio panorama della comunicazione allo sviluppo ci ha fatto optare per focalizzare l'attenzione sulle istituzioni pubbliche, specialmente per quelle nazionali (Spagna e Italia) e locali (le regioni italiane). Una scelta forse più ovvia sarebbe stata orientarsi sulle Organizzazioni Non Governative (alle quali da questo momento faremo riferimento con l'acronimo Ong), che dagli anni '60 e '70 si inseriscono come soggetti attivi nelle cause umanitarie (all'inizio rappresentate da tre temi-chiave: la lotta per i diritti umani, contro lo sfruttamento economico del Terzo Mondo da parte delle multinazionali e per la protezione dell'ambiente)¹. Soprattutto perché per quanto riguarda il campo della comunicazione per lo sviluppo, sono soggetti pionieri nello sfruttare professionalmente la comunicazione, per rendere pubbliche le grandi cause per cui si battono e impiegare le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie, come Internet, le reti sociali, il marketing, eccetera. Allo stesso tempo, però, le attività e i discorsi comunicativi delle Ong ci sembrano da un lato un oggetto scontato, per l'eccessiva visibilità delle loro pratiche comunicative, ma anche per la mentalità imprenditoriale e commerciale che sembra essere alla base della scelta di certe strategie invece di altre, dovute ad un'attività

¹ Amnesty International venne fondata nel 1961 da un gruppo di avvocati e giuristi, fra cui Sean MacBride che nel 1980 provocherà l'abbandono dell'Unesco da parte di Stati Uniti e Gran Bretagna, con la pubblicazione del suo studio *One world, multiple voices*, redatto su commissione della stessa Unesco, in cui denunciò la monopolizzazione della cultura e dell'informazione, e la necessità di una ridistribuzione e riequilibrio nel campo culturale e della comunicazione. Greenpeace nacque nel 1971 in Canada. Oxfam (Oxford Committee for Famine Relief) iniziò a muovere i primi passi come precursore delle moderne Ong per lo sviluppo addirittura nel 1942. Vedi Mattelart, A., *La mundialización de la comunicación*, Páidos, 1996, pag. 113

di fund raising sempre più aggressiva² causata dal moltiplicarsi della concorrenza e quindi dalla scarsità di risorse disponibili.

In un certo senso, le Organizzazioni non governative hanno una funzione ambivalente, da un lato ci sembrano soggetti validi, fondamentali in molti casi, però i cui discorsi e pratiche comunicative, per la scarsa capacità di incidenza nelle strategie di cooperazione per lo sviluppo e nelle politiche degli enti che le finanziano, quasi sempre organismi pubblici³, rimangono relegati a formule astratte con scarsa incidenza reale. Si ritrovano in un certo senso a sostituire altri soggetti ed organismi, ai quali servono per “scaricarsi la coscienza” da un lato, e dall’altro per “lavarsi le mani” evitando una presa di posizione sulle cause del sottosviluppo, dello sfruttamento e dell’esclusione sociale.

Per questo, ci è sembrato più utile ed efficace andare direttamente “alla fonte”, concentrando la nostra attenzione su chi mette in pratica e delinea le politiche di cooperazione, e come queste vengono comunicate.

Allo stesso modo, ci è sembrato molto interessante l’incrocio di logiche politiche statali e locali nel contesto mondiale disegnato dalla cooperazione internazionale, soprattutto applicato ai mass media e alle loro logiche transnazionali, che attuano nella sfera pubblica virtuale, come è quella creata da Internet. Per questo, fra i discorsi comunicativi che abbiamo scelto di analizzare, ci soffermeremo su quelli costituiti dalle strategie di comunicazione messe in atto dalle istituzioni pubbliche in rete, principalmente su portali e siti web ufficiali.

Il nostro studio vuole segnare un cambio di paradigma nell’ambito della cooperazione per lo sviluppo, come segnaliamo nel secondo capitolo: il nostro oggetto di ricerca è la comunicazione degli enti pubblici, il loro discorso sulla cooperazione internazionale, e pertanto passiamo dalla comunicazione *per* lo sviluppo alla comunicazione *dello* sviluppo. Dedichiamo la trattazione del capitolo a giustificare e contestualizzare questo punto di vista, alla luce delle teorie riflessive sulla comunicazione. L’oggetto del nostro studio diventa quindi il discorso, nella sua duplice azione di rappresentazione e costruzione della realtà, e in particolare nel

² Si vedano in questo senso le interviste realizzate da Andrea Segre ai responsabili della comunicazione di alcune Ong, contenute in Segre, A., *Raccontare la sofferenza. Le pratiche comunicative in tre diversi tipi di produzioni audiovisive che narrano il dolore a distanza*, Tesi di dottorato, 2005.

³ Questo stato di cose è valido per il contesto europeo, in particolare per Italia e Spagna, perché negli Stati Uniti le Ong sono per la maggior parte finanziate da enti privati, e la capacità di pressione dei movimenti sociali è molto più alta e influente.

suo contributo nella creazione di un immaginario collettivo, che è l'ottica verso la quale abbiamo orientato la nostra ricerca.

Come ricorda Gonzalo Abril⁴, un immaginario è un insieme di rappresentazioni, evidenze e norme implicite condivise da un gruppo sociale o da una società, che configurano un certo modo di raffigurare la realtà, il mondo, le relazioni sociali, le identità e le pratiche. E, allo stesso tempo, è uno spazio in cui si producono e reiterano stereotipi, distorsioni e settarismi. Considerando che, nella nostra (occidentale e del “primo mondo”) società contemporanea, i mezzi di comunicazione di massa, e quindi anche Internet, sono uno spazio importante di mediazione e gestione degli immaginari collettivi, si comprende immediatamente la portata simbolica e ideologica dei siti web delle istituzioni pubbliche, in generale, e nel settore della cooperazione internazionale, in particolare, che costituiscono il nostro oggetto specifico di analisi.

L'insieme di discorsi che accompagnano le prese di posizioni teoriche, le dichiarazioni politiche e le stesse strategie di comunicazione da parte delle istituzioni compongono l'insieme delle pratiche sociali di comunicazione in atto e pertanto a nostro parere assumono un ruolo fondamentale dal punto di vista delle ideologie circolanti nella “semiosfera”⁵ in cui gravita la cooperazione internazionale. Considerare la comunicazione e la cooperazione da un nuovo punto di vista, può non solo essere di interesse, ma anche di utilità per i soggetti che operano nella cooperazione internazionale allo sviluppo. Da un lato, con i risultati delle analisi e il confronto con le pratiche politiche e amministrative, possiamo stabilire un nesso fra la comunicazione verso l'esterno e l'ideazione di questa comunicazione, verificando la coerenza, le eventuali contraddizioni e le problematiche interne. Dall'altro lato, avere il controllo o perlomeno assumere la consapevolezza di questa relazione,

⁴ *Un imaginario es, en fin, un abigarrado repertorio de imàgenes compartido por una sociedad o por un grupo social, el espacio de las objetivaciones de la imaginación colectiva. El imaginario comprende representaciones, evidencias y presupuestos normativos implícitos que configuran un modo de imaginarse el mundo, las relaciones sociales, el propio grupo, las identidades sociales, los fines y aspiraciones colectivas etc.*, in Abril, G., *Análisis crítico de los textos visuales*, Madrid, Cátedra, 2007, pag. 62.

⁵ Il termine “semiosfera”, proposto dal semiologo russo Jurij Michajlovič Lotman (1922 -1993), nel saggio intitolato appunto *La semiosfera*, del 1985, indica lo spazio della significazione, “l'ambiente di senso” che rende possibile la vita sociale, di relazione e soprattutto di comunicazione dell'individuo. Si tratta di un continuum organizzato in modo irregolare, ma che comunque rappresenta un intorno finito e, seppur irregolare, organizzato in micro-semiosfere omogenee e limitate a sua volta da altre micro-semiosfere.

dell'effetto comunicativo verso i destinatari, può diventare un punto di forza nella progettazione stessa e nella realizzazione degli interventi.

Come abbiamo avuto modo di verificare in questi 4 anni di ricerca, la comunicazione "dello" sviluppo, che è il cambiamento di paradigma che proponiamo nella nostra tesi, non rappresenta un terreno molto frequentato da parte degli analisti della comunicazione. Troviamo da un lato ricerche di stampo antropologico, come quelle di Stuart Hall ma anche di Meleghetti e Appadurai; dall'altro, lavori sulla comunicazione per il cambiamento sociale, però incentrati su una funzione strumentale, per cui si analizzano e progettano esperienze che utilizzano radio, televisione e altri mezzi di comunicazione di massa in contesti di sviluppo o come diffusione degli stessi (in questo senso, il *Communication For Social Change Anthology: Historical and Contemporary Readings* è l'antologia più aggiornata esistente al momento e un manuale imprescindibile di riferimento).

Nella seconda parte, costituita dal capitolo 3, approfondiremo la metodologia adottata nella nostra ricerca, costituita principalmente dagli strumenti della sociosemiotica, insieme ad elementi teorico-metodologici derivanti dalla comunicazione pubblica, dalle teorie sui nuovi mezzi di comunicazione di massa e l'antropologia dello sviluppo. Sottolineiamo di nuovo che al considerare come oggetto il discorso, poniamo l'accento sull'azione discorsiva, che si rifà ad un ordine dialogico ed interattivo relativo ad un contesto comunicativo in corso, all'intersoggettività che si costruisce durante l'interazione e che suppone, quindi, un ruolo attivo e non passivo del destinatario della comunicazione. L'analisi semiotica permette quindi, attraverso il meccanismo dell'enunciazione, di identificare nel quadro del testo il ruolo, la funzione e le caratteristiche del mittente e del destinatario della comunicazione, le loro competenze e le loro azioni, nonché i valori e le ideologie che essi costruiscono, attraverso la loro interazione nel testo, e che sono alla base (la struttura profonda) del percorso di costruzione del senso e della significazione.

Consideriamo la metodologia semiotica particolarmente efficace, per il nostro lavoro, perché non ci interessa tanto ricercare le motivazioni o le intenzioni dei soggetti coinvolti, quanto come i temi, i valori, le ideologie, la rappresentazione della realtà e delle identità vengano costruiti e raffigurati all'interno del testo, attraverso certi codici, linguistici e visivi, e alla struttura narrativa adottata nella comunicazione della cooperazione.

Senza nulla togliere alla validità e l'importanza degli studi precedenti, che anzi sono stati fondamentali come punto di partenza e hanno sempre costituito un punto di riferimento, con questa ricerca vorremmo tuttavia spostare il focus di analisi da un uso ed un'accezione strumentali della comunicazione a quella che chiameremo la "riflessività e performatività" della stessa.

Con questo termine ci riferiamo alla "comunicazione della comunicazione": cioè a come nascono e si costruiscono le attività di comunicazione che hanno per oggetto i progetti e le politiche di cooperazione internazionale (i processi) e i discorsi (i testi, nella loro accezione sincretica) che si creano attorno ad essa. Convinti della forza e dell'influenza (secondarie e non intenzionali?) della cooperazione come discorso politico e comunicativo in sé, il nostro scopo è analizzare i discorsi e i testi che vengono prodotti su di essa, che quindi, questa volta intenzionalmente, rimandano ad altri testi e discorsi ad un livello più superficiale.

Concepiamo quindi la cooperazione internazionale allo sviluppo come un'azione, un atto comunicativo in sé, in quanto sottende un'ideologia, una scelta politica, un discorso su di sé e sui soggetti con cui si relaziona. Ci proponiamo quindi di iniziare una riflessione teorica per approfondire questo ambito, che colleghi l'analisi del discorso con il suo impatto sulla realtà sociale, sulla struttura delle relazioni fra emittente e destinatario, sui valori trasmessi e sulla rappresentazione e la inevitabile costruzione dell'identità, nonché sull'impatto di un possibile immaginario collettivo della cooperazione internazionale. Attraverso l'analisi di uno degli spazi mediatici più nuovi e apparentemente non strutturati, Internet e i siti web, che si configura come una sfera pubblica con proprie logiche, generi e strumenti comunicativi.

Con il nostro lavoro, vogliamo indagare sul ruolo e la funzione delle istituzioni pubbliche così come vengono trasmessi e si riflettono nelle scelte comunicative e in particolare attraverso il peculiare strumento del sito web, che risponde a proprie logiche e costituisce un proprio sistema. Come afferma Roberto Grandi, a proposito del portale della regione Emilia Romagna (che fa parte del nostro corpus di analisi)⁶:

⁶ Grandi, R., "Il portale regionale come occasione di identità", in *Quaderni di comunicazione pubblica*, 2001.

Ci sono temi che ad un certo punto del loro sviluppo si trovano collocati all'incrocio di discorsi tra loro molto diversi, intendendo per discorsi i modi attraverso i quali viene resa visibile la pluralità delle logiche che sottostanno all'esistenza e sviluppo di sistemi specifici, siano essi culturali, sociali, politici ed economici. Nel caso di un oggetto di discorso quale il portale della Regione Emilia-Romagna, ci troviamo all'incrocio di almeno due sistemi di discorso molto complessi: quello costituito dalla Rete e quello costituito dalla Regione, in quanto istituzione territoriale.

Analizzare le strategie comunicative messe in atto dalle istituzioni pubbliche nella loro comunicazione attraverso Internet, come sottolinea ancora Grandi, significa anche abordare la questione dell'identità delle istituzioni stesse, e, aggiungiamo noi, le altre identità che si configurano inevitabilmente in uno scenario di cooperazione. Quindi, attraverso il proprio coinvolgimento e la scelta di intraprendere (a vari livelli) un'azione, sia essa diretta o indiretta, di aiuto, di coordinamento o di controllo, l'ente pubblico compie un'attività discorsiva, comunica la propria politica, la propria ideologia e i propri meccanismi di scelta e azione. I quali vengono tradotti, ad un livello superficiale di diffusione e informazione, necessarie ed obbligatorie (per i motivi di trasparenza e accessibilità della pubblica amministrazione), in pratiche e testi comunicativi (documenti interni, brochure, manifesti, siti web, cd rom, documentari, pubblicazioni eccetera) che a loro volta costruiscono un proprio discorso e un proprio universo di rappresentazione dello sviluppo⁷.

La terza parte della nostra tesi è dedicata alle analisi semiotiche dei siti web che abbiamo selezionato come corpus: le regioni e il Ministero degli Esteri italiano, e la Agenzia Spagnola di Cooperazione Internazionale per lo Sviluppo (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo).

Nel capitolo 4, dedicheremo la nostra attenzione al sistema italiano, accennando alla gestione della cooperazione a partire delle funzioni del Ministero degli esteri e

⁷ Non prenderemo in considerazione la rappresentazione delle emergenze, quanto gli aiuti allo sviluppo. Abbiamo verificato nelle nostre analisi la confusione terminologica fra cooperazione internazionale, aiuti umanitari, solidarietà internazionale, per cui cercheremo di riferirci al nostro oggetto di studio come cooperazione internazionale allo sviluppo (soprattutto nella sua accezione "decentrata" che concerne il coinvolgimento degli enti locali), considerando come tale i progetti e le politiche messe in atto dagli enti pubblici, nazionali, internazionali e locali per lo sviluppo economico, sociale e culturale nelle varie aree del mondo.

delle leggi attuali che hanno permesso le attività indipendenti degli enti locali, secondo il modello di cooperazione decentrata. Partiti con l'obiettivo di analizzare tutti i siti regionali, specificamente nelle loro parti dedicate alle attività di cooperazione, abbiamo invece ridotto il numero in quanto in alcuni casi quest'ambito non risulta essere preso in considerazione dalla Regione. Abbiamo invece analizzato le tre versioni che si sono succedute per la Cooperazione all'interno del sito del Ministero degli esteri, e le seguenti regioni: Abruzzo, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sicilia, Trentino Alto Adige, Toscana, Umbria, Valle d'Aosta e Veneto. Abbiamo aggiunto anche la Provincia di Bologna e l'Osservatorio Interregionale Cooperazione Sviluppo come esempi di altri enti locali.

Nel capitolo 5 affronteremo l'analisi del sito web della Agenzia Spagnola per la Cooperazione allo Sviluppo, abitualmente conosciuta come Aecid (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo). I motivi di tale scelta sono di varia natura. In primo luogo, perché durante il nostro soggiorno di ricerca presso l'Università Complutense di Madrid abbiamo avuto modo di conoscere da vicino la struttura e il funzionamento dell'Aecid, così come di contattare i funzionari ai vari livelli, ricavando materiale e informazioni. In secondo luogo, il confronto con la Spagna ci è sembrato interessante perché, da paese oggetto di cooperazione, come è stato fino alla fine degli anni settanta e della dittatura franchista, in pochi anni è riuscito a compiere un progresso tale da essere considerato attualmente uno dei più dinamici in Europa. Tenendo conto di questi fattori, ci è sembrato quindi utile analizzare il caso spagnolo dal punto di vista della comunicazione attraverso Internet, e metterlo al confronto con i risultati delle analisi derivanti dai casi italiani.

Descriveremo il sistema spagnolo di cooperazione internazionale, così come abbiamo proceduto per l'Italia, con una breve presentazione, in quanto distinto a quello italiano, e fondamentale per contestualizzare anche i discorsi veicolati dalla pagina web. Segneremo come la cooperazione spagnola negli ultimi anni abbia compiuto dei notevoli passi avanti, soprattutto a partire dal 2004, fino a diventare un punto di riferimento in Europa e guadagnando protagonismo anche a livello mondiale, specialmente per l'impulso dato all'Alleanza delle Civiltà come programma delle Nazioni Unite. Accenneremo brevemente anche agli altri attori del sistema Spagna, le Comunità Autonome e le Ongd, e come il loro ruolo sia cresciuto in parallelo all'evoluzione delle attività di cooperazione. Alla luce di queste

considerazioni, passeremo ad una breve sintesi della storia dell'Aecid, che nel 2008 ha celebrato i 20 anni di attività, e di come si prepara alle sfide del futuro, specialmente in vista della cruciale data del 2012, prefissata per il raggiungimento degli obiettivi del Millennio. Dal 2004, inoltre, la Agenzia Spagnola di Cooperazione allo Sviluppo ha intrapreso un processo di rinnovamento che riguarda tanto la gestione quanto le linee strategiche di attuazione, che descriveremo sinteticamente basandoci sul Contratto di Gestione attualmente in fase di approvazione e sul Piano Direttivo 2009-2012, che stabilisce la programmazione quadriennale dell'Aecid e le linee politiche di intervento in materia di cooperazione, in via di pubblicazione⁸.

Infine, dedicheremo il sesto e ultimo capitolo alle conclusioni, che non saranno solo una sintesi del lavoro svolto, in particolare del confronto dei risultati delle analisi con gli obiettivi che ci siamo proposti in questa fase introduttiva, ma ci concentreremo soprattutto nel segnalare l'originalità del nostro lavoro rispetto ad altri studi esistenti, tanto per gli oggetti considerati quanto per la prospettiva metodologica proposta, e a proporre l'approfondimento delle linee di ricerca aperti, e ben lontani dall'essere stati esauriti, da questa tesi.

Madrid, marzo 2009

⁸Il contratto di gestione è reperibile nella pagina Web, http://www.aecid.es/web/es/noticias/2009_02_24_contrato_gestion_aecid.html?__locale=es, mentre per la bozza del Plan Director, non ancora pubblicato nella sua versione definitiva, ringraziamo Angeles Albert, della Direzione Generale di Cooperazione Culturale e Scientifica, per la averci fornito la bozza del testo.

I PARTE- IL PANORAMA GENERALE DELLA COMUNICAZIONE PER LO SVILUPPO

Capitolo 1. La comunicazione per lo sviluppo: definizione, storia, teorie e modelli

1.1. Introduzione alla comunicazione per lo sviluppo

Le origini della comunicazione per lo sviluppo sono da ricercare nei programmi di aiuti umanitari che, dal Secondo Dopoguerra, gli stati occidentali e sviluppati (soprattutto gli Stati Uniti⁹) hanno iniziato ad erogare ai paesi sottosviluppati dell'America Latina, dell'Africa e dell'Asia, per combattere i problemi più gravi che affettavano (e affettano) queste aree, come la fame, la povertà, l'analfabetismo, le disuguaglianze di genere, la mortalità infantile e una serie di larghi eccetera. In accordo con la definizione comunemente accettata all'epoca, lo sviluppo venne concepito come una crescita progressiva e unilineare in una scala che collocava nel gradino più alto della modernità e del progresso il modello occidentale (fondamentalmente conforme a quello americano), e in quella più bassa gli stati ancorati ad uno stile di vita e ad un contesto economico-sociale considerato antiquato e tradizionale. Anche le strategie di comunicazione iniziarono quindi ad essere usate come strumenti per combattere i fattori del cosiddetto ritardo, rispetto ad un univoco modello di progresso, ritenuto una conseguenza diretta della mancanza di conoscenze aggiornate e di informazioni, interpretata dai donatori come l'unica causa della supposta arretratezza di quelle aree, e quindi del loro sottosviluppo.

Da allora, (come vedremo maggiormente in dettaglio nel paragrafo 1.2. dedicato all'evoluzione storica di questo filone di studi), i modelli e le teorie si sono succeduti e intrecciati in modo piuttosto confuso. Sin dalla nascita di questo campo di applicazione, denominato in inglese *communication for development*, vecchi e nuovi approcci, provenienti da differenti campi disciplinari

⁹Gli Stati Uniti, a differenza degli stati europei impegnati nella ricostruzione post bellica, sin dagli anni cinquanta e per tutta la durata della Guerra fredda si sono dedicati all'espansione del proprio sistema economico, a spese dei paesi più poveri, esportando il proprio modello di sviluppo economico-sociale attraverso la cooperazione e gli aiuti internazionali, che fondamentalmente sono serviti ad aprire la strada all'installazione delle proprie imprese e a creare una relazione di indebitamento e dipendenza che resiste ancora oggi in vari stati.

(prevalentemente dalla sociologia, dalla psicologia cognitiva e comportamentale e dalle scienze politiche), hanno continuato a convivere, sovrapponendosi e sviluppandosi in parallelo, e non sempre coerentemente. La convergenza di paradigmi e strategie ha dato origine ad un terreno disciplinare e di ricerca in cui la terminologia è piuttosto articolata e la confusione concettuale alquanto frequente. Dagli anni novanta, grazie anche all'azione coordinatrice dell'Onu, come vedremo nel paragrafo 1.5., almeno ad un livello teorico di base si è finalmente giunti ad una definizione generalmente condivisa di comunicazione per lo sviluppo, così come risulta dalla letteratura e dalle raccomandazioni conclusive dei lavori congressuali degli organismi che si sono dedicati maggiormente a questa tematica¹⁰.

In generale, la comunicazione per lo sviluppo si definisce come strumento per elevare la qualità di vita delle popolazioni, dal punto di vista del benessere psico-fisico, della ricchezza, della giustizia sociale, del diritto al lavoro, della libertà di stampa e informazione, della cultura e del divertimento, eliminando gli ostacoli che impediscono un progresso sociale basato sull'uguaglianza e la partecipazione democratica.

Gli Obiettivi del Millennio¹¹ (*Millennium Development Goals*) hanno certamente influenzato l'accordo comune su questa accezione, che dopo vari anni è finalmente riuscita a liberarsi da influenze deterministe ed evoluzionistiche che ne hanno marcato significativamente gli inizi. Anche se rimane il problema della traduzione delle linee di principio in una pratica routinaria e condivisa della

¹⁰Per questa parte abbiamo fatto riferimento alle pubblicazioni delle agenzie dell'Onu impegnate nelle Roundtables per la Comunicazione per lo Sviluppo, che dal 1996 si riuniscono ogni due anni per discutere dei vari aspetti dell'approccio comunicativo su un tema specifico. In particolare, si rimanda ai seguenti documenti: *Strategic Communication for Behaviour and Social Change in South Asia*, New Delhi, UNICEF, 2005; *Communication on Sustainable Development, UN IX Roundtable Report*, Roma, FAO, 2004; Servaes, J., Malikhao, P., *Communication and Sustainable Development-Background Paper*, FAO, 2004; *Communication for Development Roundtable Report-Focus on HIV-AIDS*, Managua (Nicaragua), UNFPA, 2002; Waisbord, S., *Family Tree on Theories, Methodologies and Strategies on Communication for Development*, Rockefeller Foundation, 2001; Servaes, J., (a cura di), *Communication for Development. Making a difference*, World Congress on Communication for Development, Roma, 2006; Cabañero-Verzosa, C. (a cura di), *Communication for Behaviour Change: a Toolkit for Task Managers*, World Bank, 1996.

¹¹Nel 2000, adottando la Dichiarazione del Millennio, 189 leader mondiali si sono impegnati ad eliminare la povertà estrema. Lo hanno fatto impegnando i propri governi a raggiungere otto obiettivi concreti entro il 2015: dimezzare la povertà estrema e la fame; raggiungere l'istruzione primaria universale, promuovere l'uguaglianza di genere, diminuire la mortalità infantile, migliorare la salute materna, combattere l'HIV/AIDS, la malaria e le altre malattie, assicurare la sostenibilità ambientale, sviluppare un partenariato globale per lo sviluppo. Vedi <http://www.millenniumcampaign.it>.

programmazione degli interventi di cooperazione, alcuni passi avanti sono stati fatti. Infatti, come tutte le decisioni di compromesso, la definizione che abbiamo trascritto sopra è una consueta “definizione-ombrello”, in cui si cerca di riassumere tutte le azioni svolte in questo campo negli ultimi anni, senza squalificarne nessuna come scarsamente efficace (in una sorta di “solidarietà” disciplinare e di settore), portate avanti da una moltitudine di progetti e di approcci davvero variegata, così come lo sono i soggetti coinvolti: Ong, agenzie internazionali, stati, regioni, consorzi territoriali e tematici, associazioni civili eccetera.

L’obiettivo di questa prima parte della ricerca è introdurre il lettore nel campo di studi sulla comunicazione allo sviluppo nel cui ambito si inserisce il nostro lavoro e rendere conto della sua evoluzione nel contesto più ampio della riflessione sullo sviluppo e delle sue applicazioni pratiche, attraverso la descrizione delle politiche attuate dai soggetti maggiormente impegnati in questo ambito, con il fine di descrivere il panorama generale del settore, in una sintesi che ci sembra un punto di partenza utile e necessario per comprendere le analisi successive a cui dedicheremo la seconda parte del nostro testo.

Nella cooperazione internazionale, così come in altri settori, la comunicazione ha acquisito negli anni un ruolo sempre più importante. Da elemento quasi opzionale e di supporto, è passata ad essere considerata a tutti gli effetti fondamentale e necessaria per l’attuazione delle pratiche e dei progetti. Se prima era ad appannaggio esclusivo, o quasi, dei grandi organismi internazionali pubblici (Onu, Fao eccetera) e privati (Organizzazioni Non Governative come Amnesty International, Intermon Oxfam, Médecins Sans Frontières), oggi i discorsi e i processi comunicativi sono sempre tenuti largamente presenti da parte di tutti gli operatori del settore.

Questo non significa che l’espansione (o la moda, in alcuni casi) dell’uso delle strategie e dei modelli di comunicazione si rifletta in una maggior circolazione nei canali mass mediatici dei temi relativi a questo campo. Non stiamo parlando di visibilità, anche se in alcuni casi c’è stato un incremento notevole anche in questo senso. Le attività relative agli aiuti umanitari e alla solidarietà internazionale, i progetti di cooperazione internazionale allo sviluppo, le realtà e le pratiche dei professionisti del settore e delle loro controparti locali sono nell’insieme ancora lontani dall’invadere l’agenda mediatica. Al contrario, a parte certi periodi dell’anno

(a cominciare dal periodo natalizio), le mode del momento (il Biafra degli anni settanta e il Darfur dal 2000 ad oggi) e in relazione ad emergenze particolarmente spettacolari (un esempio su tutti, lo tsunami del 2006¹²), la presenza dei soggetti e delle azioni legate a questo mondo è scarsa, specie se in relazione al numero di nazioni, di persone coinvolte e alla drammaticità di moltissime situazioni.

In ogni caso, constatato il silenzio “mediatico” che in linea generale colpisce questo genere di discorsi, il nostro lavoro vuole piuttosto sottolineare come gli operatori del settore abbiano acquisito consapevolezza del fatto che, come per qualsiasi altro campo, l'aspetto comunicativo è parte integrante del processo di azione, e come tale va considerato, non solo nella realizzazione delle azioni ma anche sotteso a tutte le fasi precedenti del piano di sviluppo.

In questo senso, nell'ambito della cooperazione, come vedremo, troviamo molteplici tipologie di applicazione della comunicazione e dei suoi strumenti: alcune, continuano a considerare i mass media solo come mezzi di diffusione e informazione, mentre per altri usare i mass media significa studiare una strategia di cambiamento sociale, e per altri ancora si tratta di uno strumento per coinvolgere la comunità in cui si interviene e renderla consapevole del proprio percorso di sviluppo, prendendo coscienza delle proprie specificità culturali e del potenziale di miglioramento o di adattamento alle circostanze.

In questo capitolo dedicato al panorama generale della comunicazione per lo sviluppo, vogliamo illustrare da un punto di vista generale le applicazioni che abbiamo menzionato e che compongono il campo disciplinare della comunicazione per lo sviluppo, descrivendone le principali teorie e modelli. Ne ripercorreremo la storia a partire dalle tappe principali che hanno segnato il dibattito sul concetto di sviluppo e le sue accezioni nel corso della sua evoluzione,

¹²In seguito alla tragedia ambientale e umana che colpì l'Indonesia, alla quale ci si riferisce solo con “lo tsunami”, tanto ha inciso nell'immaginario collettivo, anche il termine tsunami entrò a far parte del vocabolario comune e dei modi di dire, che ancora oggi continua ad essere usato. Si tratta di un caso rimasto emblematico per la mobilitazione e le dimensioni della solidarietà sociale, forse uno dei pochi casi in cui la raccolta di fondi raggiunse tali livelli che alcune ONG restituirono il denaro donato per incapacità di impiegarli. Sicuramente questa ondata di solidarietà fu dovuta a molti fattori (ricordiamo la quantità di immagini disponibili e in diretta grazie ai videofonini, per esempio) tra i quali la coincidenza con il periodo natalizio, che abbiamo già segnalato come specialmente recettivo per il fund raising, il coinvolgimento di cittadini di paesi occidentali in vacanza e la spettacolarità visiva del fenomeno.

che hanno influenzato direttamente l'instaurarsi dei paradigmi comunicativi successivi e fondato le premesse per il predominio di certi approcci. A partire dai principali studi di riferimento, i cosiddetti "classici", si indicheranno gli approcci teorici che si sono succeduti dagli anni '50 in poi, cercando di mettere in relazione gli studi socio-politici sullo sviluppo e quelli comunicativi da essi influenzati, i paradigmi che hanno fondato la disciplina e la loro evoluzione nelle strategie attuate nei progetti attuali.

Descriveremo le linee politiche della comunicazione messe in atto dagli organismi internazionali che presentano una lunga tradizione nella disciplina (Onu, Fao, Organizzazione Mondiale della Sanità, che fra gli altri hanno scoperto anzitempo l'utilità della comunicazione in questo ambito) e si sono trasformate in punti di riferimento per tutti gli altri enti. In questa descrizione del panorama generale ci sembra utile inquadrare il campo di studi della nostra ricerca, piuttosto giovane e soprattutto alquanto complesso anche per la maggior parte dei soggetti che agiscono sulla scena globale della cooperazione internazionale, nonché per gli studi della comunicazione, fra i quali la comunicazione per lo sviluppo risulta essere una disciplina piuttosto recente.

Negli anni si è andato infatti formando un campo di ricerca e riflessione che ha "riscattato" la comunicazione per lo sviluppo dall'essere considerata un semplice canale per diffondere i progressi e le attività degli enti impegnati nella cooperazione, limitati al ruolo di amplificatore e ad uso e consumo degli stessi enti. Attualmente, grazie al ruolo-guida assunto dalle agenzie dell'Onu, grazie anche alle Roundtables biennali, i documenti programmatici che ne seguono (vedi par. 1.5.) e le Risoluzioni di legge sulla Cooperazione per lo Sviluppo, la portata teorica della riflessione sulla disciplina si è ampliata arrivando ad includere considerazioni sulla responsabilità e l'importanza delle strategie comunicative, determinanti per il buon esito degli stessi progetti, per l'impatto sui contesti locali e internazionali e soprattutto per l'espansione di un modello partecipativo alla base di una *governance* democratica, elemento-chiave per l'inizio di un (lungo e difficoltoso) processo reale di possibili soluzioni dei problemi che affliggono i paesi più poveri del pianeta.

Inoltre, tutti i discorsi che accompagnano le prese di posizioni teoriche, le dichiarazioni politiche e le stesse strategie di comunicazione all'interno dei singoli

progetti, che compongono cioè l'insieme delle pratiche culturali attuate, assumono un ruolo fondamentale dal punto di vista delle ideologie circolanti nella "semiosfera"¹³ in cui gravita la cooperazione internazionale. È la tesi che svilupperemo nei capitoli successivi, soprattutto nella seconda parte di questo lavoro in cui analizzeremo proprio questi discorsi, a partire dalle pagine Web di alcuni enti, attraverso gli strumenti dell'analisi semiotica, alla ricerca dei valori e dell'identità che costituiscono la struttura profonda dei discorsi.

Gli enti pubblici impegnati nella cooperazione internazionale allo sviluppo si ritrovano a dover fare doppiamente i conti con le discipline e le pratiche della comunicazione. Da un lato, perché non possono (o non dovrebbero) evitare la loro implicazione nelle strategie per la realizzazione dei progetti di cooperazione, per il loro monitoraggio e valutazione (l'insieme che costituisce la comunicazione interna delle organizzazioni e dei progetti). Dall'altro lato, perché hanno, a nostro parere, una responsabilità politica ed etica nell'affrontare i discorsi sulla cooperazione internazionale, perché attraverso di essi proiettano i valori e le ideologie reali sottese alle politiche attuate in questo settore, valori e ideologie che, tradotti in discorsi, azioni e pratiche comunicative, risultano essere determinanti nella costruzione di un immaginario collettivo. Come ricorda Gonzalo Abril¹⁴:

Un immaginario è, alla fine, un repertorio eterogeneo di immagini condiviso da una società o da un gruppo sociale, lo spazio delle oggettivazioni dell'immaginazione collettiva. L'immaginario include rappresentazioni, evidenze e presupposti normativi impliciti che configurano un modo di immaginare il mondo, le relazioni sociali, il proprio gruppo, le identità sociali, gli obiettivi, le aspirazioni collettive ecc.

¹³ Il termine "semiosfera", proposto dal semiologo russo Jurij Michajlovič Lotman (1922 -1993), nel saggio intitolato appunto *La semiosfera* (Venezia, Marsilio, 1985), indica lo spazio della significazione, "l'ambiente di senso" che rende possibile la vita sociale, di relazione e soprattutto di comunicazione dell'individuo. Si tratta di un continuum organizzato in modo irregolare, ma che comunque rappresenta un intorno finito e, seppur irregolare, organizzato in micro-semiosfere omogenee e limitate a sua volta da altre micro-semiosfere.

¹⁴ Abril, G., *Análisis crítico de textos visuales*, Madrid, Editorial Síntesis, 2007, pag. 62.

E, continua l'autore, lo stesso immaginario è uno spazio in cui si producono e reiterano stereotipi, distorsioni e settarismi. Considerando che, nella nostra (occidentale e del "primo mondo") società contemporanea, i mezzi di comunicazione di massa, e quindi anche Internet, sono uno spazio importante di mediazione e gestione degli immaginari collettivi, si comprende immediatamente la portata simbolica e ideologica dei siti web delle istituzioni pubbliche, in generale, e nel settore della cooperazione internazionale, in particolare.

1.1.1. Il concetto di sviluppo e l'influenza sul paradigma attuale di comunicazione

La riflessione sulla comunicazione per lo sviluppo, sin dai primi studi che hanno segnato la nascita (come vedremo nel paragrafo seguente) di questo campo disciplinare e le conseguenti applicazioni metodologiche in programmi ed interventi concreti nei vari settori della cooperazione (soprattutto in quelli relativi a salute, famiglia, lotta all'AIDS, sostenibilità), è stata direttamente influenzata dall'evoluzione del concetto stesso di sviluppo e del suo significato. Il dibattito sul concetto di sviluppo, iniziato negli anni cinquanta, marcati dal predominio incontrastato della teoria evoluzionistica della modernizzazione, fino alla crisi della stessa negli anni settanta ad opera della teoria della dipendenza e all'attuale approccio multiculturale e partecipativo, che mette al centro le comunità e le proprie dinamiche interne ed esterne¹⁵ è stato determinante nel marcare le fasi e la successione dei paradigmi della comunicazione¹⁶.

Nella letteratura più recente, a prescindere dai vari approcci usati nei progetti di cooperazione internazionale, si definisce la comunicazione per lo sviluppo come l'uso di una varietà di canali e mezzi, che vanno dai mass media all'interazione interpersonale, allo scopo di coinvolgere, motivare ed educare i beneficiari dei

¹⁵Per definire le comunità moderne e sottolinearne la complessità delle interazioni, potrebbe essere utile il concetto di flusso esposto da Semprini, A., *Le società di flusso*, Milano, Lupetti, 2001. Il "flusso sociale" è inteso come cambiamento continuo della società, soprattutto rispetto al rapporto con il tempo e lo spazio, che da oggettivizzato e discontinuo diviene soggettivo e ininterrotto.

¹⁶Vedi a questo proposito Servaes, J., (a cura di), *Approaches to Development Communication*, FAO, 2003.

programmi di cooperazione, per renderli direttamente partecipi del proprio processo di sviluppo. Attualmente, infatti, il paradigma partecipativo è dominante nella comunicazione applicata alle tematiche di sviluppo (così come in altri contesti, basti pensare all'uso propagandistico che se ne fa in politica) e si rispecchia nell'intenzione, almeno progettuale, di includere i destinatari degli aiuti in tutto il processo, tanto nell'ideazione quanto nella realizzazione dei contenuti e nell'implementazione degli interventi. È il presupposto di base delle strategie ideate e messe in pratica da parte dei vari enti e istituzioni, e in questo senso si può parlare di comunicazione come processo e pratica sociale, che unisce individui e comunità, governi e cittadini.

Come vedremo in seguito, oggi si considera (e si utilizza) la comunicazione per lo sviluppo non solo dal punto di vista dell'esponentiale diffusione delle tecnologie¹⁷ e dell'insieme degli strumenti per la diffusione dell'informazione (Internet, canali satellitari, televisione digitale terrestre, telefonia integrata ad altri sistemi ecc.), ma anche dal punto di vista dei destinatari, e il modo in cui possono svolgere la loro funzione di miglioramento della vita nei paesi sottosviluppati e in via di sviluppo.

La prospettiva della comunicazione è cambiata. L'enfasi è attualmente diretta molto più sul processo di comunicazione (cioè, lo scambio di significato) e sul significato di questo processo (cioè, le relazioni sociali che si creano a partire dalla comunicazione e le istituzioni e il contesto sociali che risultano da queste relazioni). Con questo cambiamento nella focalizzazione, non esiste più il tentativo di creare una necessità diffusa di informazione, quanto piuttosto di diffondere l'informazione per la quale esiste una necessità¹⁸.

Al centro del processo di comunicazione vanno riposizionate quindi le persone e le comunità sociali, che attraverso le strategie di comunicazione potrebbero avere l'opportunità di agire, anche a livello simbolico cioè di negoziazione del significato

¹⁷Per dati e statistiche sullo stato delle Information and Communication Technology si può consultare il sito <http://www.itu.int/home/index.html>.

¹⁸United Nations 9°Roundtable on Communication for Development Report, Fao, Roma, 2004.

nei discorsi sul proprio sviluppo, sul cambiamento delle proprie società, capaci quindi di influire sul cambiamento sociale secondo le caratteristiche derivanti dalla propria cultura, e in questo modo influire sulla direzione e la tipologia del proprio sviluppo, coerentemente ai propri bisogni e ai propri valori.

In questo senso, tutti i progetti di comunicazione per lo sviluppo devono saper svolgere una funzione quasi “ermeneutica”, in cui non si impone nulla di nuovo dall'esterno, ma si forniscono i canali e i mezzi per dare voce a chi precedentemente, nella storia della cooperazione, non ha potuto esprimere le proprie idee o lo ha fatto senza poter godere di condizioni adeguate per far sentire la propria voce, e quindi è rimasto al margine delle azioni che hanno modificato direttamente la propria vita.

Per questo il ruolo degli enti pubblici, per quanto riguarda la comunicazione, è, dal nostro punto di vista, essenziale: teoricamente, dovrebbero essere capaci di compiere questo ruolo di accompagnamento e di coordinamento, senza imporre processi e azioni, comunicativi, sociali e culturali. L'insieme dei discorsi comunicativi, intesi quindi come azioni (nell'accezione semiotico-linguistica del termine, che sottolinea le conseguenze sociali degli atti realizzati)¹⁹ acquisisce un ruolo fondamentale in questo senso.

La comunicazione per la cooperazione internazionale è più che mai un mezzo, non uno scopo, un fine in sé stesso, ma uno strumento. Anche se oggi può sembrare scontato, se andiamo a ripercorrere, come vedremo di seguito, la storia dell'approccio comunicativo allo sviluppo, ci imatteremo in progetti (specie nei primi anni di fede assoluta nelle nuove tecnologie dell'informazione, considerate come la panacea di tutti i mali del mondo) che hanno introdotto, senza alcun tipo di mediazione e analisi previa di campo, mezzi e metodologie (come computer e punti di accesso ad Internet) in contesti che non solo non potevano contare su un'adeguata erogazione dell'energia elettrica necessaria, quindi le condizioni di base per il funzionamento, ma che non erano adatti al loro uso, in quanto

¹⁹ Per una trattazione esaustiva sugli atti linguistici, si veda Sbisà, M., *Gli Atti linguistici*, Milano, Feltrinelli, 1978 e Abril, G., “La acción discursiva”, in Lozano, J., Peña-Marín, C., Abril, G., *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*, Madrid, Catedra, 1982.

totalmente estranei alla propria cultura e spesso alla propria lingua²⁰ In sintesi, molti progetti, miseramente naufragati, avevano il solo obiettivo di trasferire in altri contesti pratiche e strumenti funzionali al mondo occidentale, plasmati sui propri modelli e le proprie strutture, logistiche e sociali.

Allo stesso tempo, proprio per il suo valore potenziale e per il moltiplicarsi di modelli e azioni in questo senso, l'Onu, con le sue agenzie, ha ritenuto necessario, alla fine degli anni '80, assumere il coordinamento della disciplina, teorica e pratica, della comunicazione per lo sviluppo, nel tentativo di rendere coerenti i vari approcci e interventi. Insieme alla crescente importanza conferita alla comunicazione in tutte le sue accezioni, è stata perciò ufficialmente inclusa come strumento indispensabile per il raggiungimento degli obiettivi del millennio, alla base di tutte le azioni svolte a livello mondiale nella cooperazione internazionale. Come si è affermato nella Roundtable coordinata dall'UNESCO nel 2007:

È necessario un riassetto e una nuova prioritarizzazione per capire come la Comunicazione per lo Sviluppo può svolgere il contributo e la partecipazione necessari al raggiungimento degli obiettivi del millennio. Questo implica nuovi livelli di collaborazione e coordinamento fra gli attori delle Nazioni Unite. Mentre una gran varietà di attività possono essere incluse sotto l'ombrello della Comunicazione per lo Sviluppo, i rapporti fra le varie inter-agenzie dell'Onu sono caratterizzati da una mancanza di coerenza, collaborazione limitata, e un'assenza di coordinamento. Raramente la comunicazione appare come parte integrante di un sistema comune di pianificazione dello sviluppo e dei processi di implementazione, non è compresa né apprezzata unanimemente ai più alti livelli dove si prendono le decisioni, ed è considerata piuttosto come un sottolivello delle pubbliche relazioni o delle funzioni di diffusione, piuttosto che un componente fondamentale del programma di sviluppo e distribuzione.²¹

²⁰Per la trattazione critica dei progetti di cooperazione incentrati sulle ICT si veda Servaes, J., (2003), op. cit.

²¹UNESCO Background Paper, documento conclusivo della 10th Inter-Agency Round Table on Communication for Development, Addis Ababa, Ethiopia, Febbraio 2007, pag. 4.

In questo documento si sottolinea la priorità della comunicazione per lo sviluppo, ma allo stesso tempo si sottolinea l'urgenza di una riflessione puntuale, accompagnata dall'azione concreta, sulle strategie e le modalità di implementazione dei programmi. Uno dei problemi, comune al panorama generale della cooperazione allo sviluppo e quindi anche a questo ambito, è la mancanza di coordinamento e di linee generali di azione nel momento del passaggio dalla teoria all'azione concreta. Il mondo della cooperazione allo sviluppo è composto da una miriade di soggetti e di azioni, si intrecciano vari interessi, si agisce disordinatamente: in questo senso, la comunicazione dovrebbe essere considerata un punto di partenza da parte dei protagonisti che agiscono sulla scena internazionale, mentre la confusione e le azioni individuali e a breve termine tendono a proliferare. Ed è un ruolo di guida e esempio che, a nostro giudizio, è l'istituzione pubblica a poter e dover assumere.

Ancora una volta, la scarsità di risorse finanziarie di fronte alla magnitudine dei problemi è un fattore decisivo, perché il sovraffollamento dei soggetti operanti sulla scena della cooperazione internazionale provoca una corsa sfrenata verso l'accaparramento dei finanziamenti per la realizzazione dei progetti, che produce inevitabilmente azioni scombinare e incoerenti, con l'aiuto di politiche poco trasparenti o che rispondono a logiche che nulla hanno a che fare con gestioni efficienti, professionali e pianificate. Non per nulla, nelle raccomandazioni e i report finali delle *Communication for Development Roundtables*, che riuniscono ogni due anni in forum internazionali i soggetti coinvolti, cioè stati, agenzie dell'ONU, università, centri di ricerca e organizzazioni non governative, una delle osservazioni più ricorrenti è la necessità di contare su una maggiore percentuale del budget dei progetti per la comunicazione, e di prevedere la formazione e il protagonismo ai professionisti del settore, in quanto figure fondamentali, alla pari dei tecnici e dei responsabili di progetto nell'attuazione delle azioni di cooperazione internazionale, insieme a maggiori fondi per la ricerca e per la formazione.

In ogni caso, come si legge nell'introduzione al documento programmatico²² elaborato per avviare i lavori del forum attivato in Internet in occasione dello svolgimento del *World Congress on Communication for Development* svoltosi a Roma nell'ottobre 2006 e organizzato dalla FAO, trattare i temi della comunicazione per lo sviluppo in situazioni e contesti reali sta diventando sempre di più un'esigenza ineludibile per la partecipazione della cittadinanza globale, e come regolare questo cambiamento in modo democratico sarà la prossima sfida per le autorità pubbliche, che dovranno essere in grado di assumere questo ruolo di regolatore e di garante di uno sviluppo all'insegna della democrazia e della partecipazione.

1.1.2. Evoluzione storica della comunicazione per lo sviluppo

La comunicazione per lo sviluppo iniziò a costituirsi come filone di ricerca a partire dalla II Guerra Mondiale, contemporaneamente alla nascita delle Nazioni Unite e alle politiche di espansione delle due superpotenze di allora, Stati Uniti e Unione Sovietica, in lotta per il controllo economico delle aree geografiche meno sviluppate. Influenzata dagli studi contemporanei di sociologia della comunicazione, si fece strada l'esigenza di applicare metodologie e strumenti della comunicazione nel trattamento delle tematiche relative allo sviluppo, che però non si limitasse semplicisticamente ad un trasferimento tecnologico, introducendo nuove tecnologie e sistemi di informazione più avanzati negli stati più poveri del mondo.

La discussione su questi temi si accese con maggior impeto negli anni della Guerra Fredda, quando l'urgente necessità di esportare il proprio sistema politico-economico da parte dei blocchi politici, in modo da creare un contesto sociale favorevole alla penetrazione delle proprie imprese in altri paesi, fece emergere, in particolare negli Stati Uniti, una riflessione sui temi del cambiamento sociale e del

²² *Final Draft. The World Congress on Communication for Development*, Roma, Italia, 25-27 ottobre 2006. Reperibile in http://www.fao.org/index_es.htm.

processo di sviluppo²³. Per giustificare la propria funzione di “colonizzazione”²⁴ economica, politica e culturale, i primi studi posizionarono il modello nordamericano al livello più alto della scala dello sviluppo, e pertanto gli Stati Uniti d’America si autoproclamarono (grazie alla mancanza di concorrenza da parte degli stati europei impegnati nella propria ricostruzione post guerra) come il migliore dei modelli possibili. D’altronde, non incontrarono molta resistenza all’imposizione di questa visione, perché a loro volta i paesi in via di sviluppo guardavano al sistema capitalista americano come auspicabile anche per sé stessi, attratti dalle nuove tecnologie e dalle tecniche avanzate in agricoltura, educazione, sanità e comunicazione. A prescindere dalle cause dell’accettazione - o rassegnazione - del paradigma di sviluppo statunitense, che passò anche attraverso la costruzione dell’industria culturale e del conseguente imperialismo nel campo dei vari settori della comunicazione (che secondo alcuni studiosi dura tutt’oggi)²⁵, la realtà fu che per gli stati in via di sviluppo e sottosviluppati divenne un modello da seguire.

Inoltre, il processo per raggiungere un tale livello di sviluppo venne schematizzato e inquadrato come lineare e unidirezionale, in un’ottica esclusivamente evoluzionistica. Secondo questa premessa teorica, il mondo si ritrovò diviso fra due poli: da un lato le società moderne, ricche e sviluppate, e dall’altro le società tradizionali, povere quindi sottosviluppate, secondo un metro di analisi quantitativo, stabilito su criteri occidentali. Negli anni cinquanta, i problemi relativi allo sviluppo vennero concepiti come radicati nella mancanza di conoscenza e informazione. Banalizzando in questo modo la problematica del sottosviluppo e delle disuguaglianze globali, anche la soluzione apparve semplice e a portata di

²³Per la relazione fra il contesto storico e l’origine delle ricerche sulla comunicazione allo sviluppo si è fatto riferimento a Servaes, J. (a cura di), *Approaches to Development Communication*, FAO, 1999.

²⁴Il termine colonizzazione viene utilizzato nell’accezione politica del termine, usata nel contesto di studi a cui ci stiamo riferendo, così come è stata usata dal movimento intellettuale “dependentista” originario dell’America Latina negli anni ‘70, che ha teorizzato per primo l’imperialismo delle politiche di cooperazione degli Stati Uniti.

²⁵Per gli studi sull’imperialismo della comunicazione si veda, fra gli altri, Chomsky, N. and Herman, E. S., *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York, Pantheon Books, 1988; Schiller, H., *Mass Communication and American empire*, 1976; Mattelart, A., *La mondialisation de la communication*, Paris, Le Seuil, 1998.

mano: una maggior diffusione della comunicazione e dell'informazione, attraverso mezzi e tecnologie, avrebbe colmato il divario.

Pertanto i mass media, secondo questa prospettiva, non erano altro che un mezzo come un altro per ridurre l'analfabetismo e permettere alle popolazioni di affrancarsi dalle proprie tradizioni (giudicata di per sé negativa). Il numero di televisioni, radio e giornali circolanti all'interno degli stati divenne perciò l'indicatore quantitativo del progresso, senza nessuna riflessione sul contenuto dei messaggi, sulle politiche di comunicazione o sull'impatto sui destinatari, ridotti a soggetti passivi.

Il contesto appena descritto influenzò quindi fortemente la nascita e la concettualizzazione della disciplina della comunicazione applicata allo sviluppo. Nel campo della cooperazione internazionale, i primi progetti di comunicazione iniziarono ad essere concepiti dapprima come tipiche forme pubblicitarie delle iniziative e alle azioni dei donatori²⁶, attraverso la diffusione di messaggi diretti ad un pubblico indifferenziato, che passivamente li riceveva e a cui si chiedeva il supporto alla politica proposta dai governi. Sebbene in seguito le strategie di intervento nei paesi in via di sviluppo divennero più articolate, l'utilizzo dei mass media e della comunicazione, sotto l'influenza del panorama intellettuale dell'epoca, ha continuato per almeno un decennio a seguire lo stesso modello: attraverso la stampa, le pubblicità radiofoniche e le affissioni, i mass media vennero utilizzati come dei canali di trasmissione di messaggi non negoziabili né funzionali ad altro scopo che non fosse informativo. Una sorta di comunicazione basica sullo sviluppo (per differenziarla dal filone "per" lo sviluppo). L'insieme degli approcci che fanno riferimento a questa "famiglia" prese il nome di *teoria della diffusione*, da cui sono derivate strategie che in parte continuano ad essere utilizzate ancora oggi, pur con tecniche più raffinate e aggiornate con le teorie contemporanee sulla comunicazione²⁷, come vedremo nei seguenti paragrafi.

²⁶Dato che si tratta di una tipologia di progetti purtroppo ancora esistente nell'ambito internazionale, sarebbe interessante confrontare l'impatto di questi progetti "promozionali" tanto all'interno degli stati in cui vengono attuati quanto all'esterno, dal punto di vista della ricezione da parte di destinatari appartenenti agli stati "donatori", per valutare l'eventuale ritorno di immagine e, perché no, l'influenza sulle decisioni politiche dell'elettorato.

²⁷Facciamo riferimento in particolare agli approcci conosciuti come *social marketing*, promozione della salute e *edutainment*, che descriveremo nel dettaglio nel par. 2.3.1.

1.1.3. La teoria della diffusione e il paradigma del cambiamento sociale

L'utilizzo della comunicazione come fattore determinante per lo sviluppo viene fatto risalire agli anni cinquanta, con la pubblicazione di quello che ormai è riconosciuto universalmente come un testo classico.

The Passing of Traditional society di Daniel Lerner (1958) è infatti considerato il testo che ha inaugurato il filone della comunicazione per lo sviluppo, annoverato sia tra i classici della sociologia dello sviluppo che tra quelli della sociologia della comunicazione. Lerner tentò in questo studio di costruire una teoria dello sviluppo, vista come un passaggio dalla società preindustriale (la *Traditional society*) ad una più matura grazie al processo di modernizzazione. Ma a posizionarlo come studioso capostipite della nuova disciplina fu la sua attività di ricerca sul campo.

Attraverso indagini condotte in 6 paesi del Medio Oriente al fine di valutare l'esposizione di diverse categorie della popolazione alle trasmissioni internazionali, Lerner si convertì nella prima persona ad aver applicato metodologie e strumenti della comunicazione in un ambito di sviluppo, cercando di costruire una tipologia di pratiche e della loro diffusione mediatica. Il concetto di empatia, motore dei soggetti sociali mediorientali, fu individuato da Lerner come la chiave di volta per raggiungere una flessibilità mentale "matura", in sintonia con i processi di industrializzazione. Come indicatori dell'uscita dal sottosviluppo, si utilizzarono indici di correlazione tra tassi demografici, di urbanizzazione e diffusioni di giornali, radio, apparecchi televisivi e cinematografi.

Il fatto che Lerner abbia lavorato, durante gli anni '50, alla sezione "Valutazione dei programmi radiofonici" (diretta da Leo Loewenthal) del *Bureau of Applied Social Research* della Columbia University (diretto da Paul Lazarsfeld), e che *The passing of Traditional society* sia stato commissionato da questo istituto, contribuisce a collocare questo autore come il divulgatore della teoria della diffusione, che concepisce lo sviluppo come processo unilineare di modernizzazione. La sua ricerca è quindi totalmente coerente con le correnti di pensiero dell'epoca che abbiamo descritto in precedenza, ma con l'originalità di aver utilizzato i mass media come un fattore decisivo nei processi di modernizzazione.

In questo senso Lerner non si discostò dal paradigma evoluzionistico-gradualista dello sviluppo, ma accentuò decisamente il ruolo dei mezzi di comunicazione nella teorizzazione e nell'operatività del modello.

Un altro fra i primi ad applicare la teoria della diffusione in un contesto di sviluppo fu Everett Rogers²⁸, che nelle sue ricerche in ambiti rurali sottolineò l'importanza dei mass media nell'accoglienza e nella conoscenza delle nuove pratiche culturali. I suoi studi si sono posizionati in una prospettiva leggermente più avanzata rispetto alla mera applicazione del paradigma della diffusione allo stato puro, in quanto provarono che, sebbene fossero i mass media a fare da veicolo alle informazioni su tecniche e metodi di coltura più aggiornati e proficui, era la comunicazione interpersonale ad essere il fattore decisivo per persuadere gli agricoltori ad adottarle, accettando così di cambiare le proprie pratiche tradizionalmente condivise.

A prescindere da queste differenze, nel complesso, fra gli anni cinquanta e sessanta, si guardava ai media come strumenti di moltiplicazione e accelerazione dei benefici dello sviluppo, e da questi primi approcci derivarono conseguentemente le linee guida per l'instaurazione del paradigma del cambiamento sociale.

Ricerche successive dimostrarono che entrambi i tentativi erano limitati, proprio perché il modello della diffusione costituiva una prospettiva a senso unico nella comunicazione, mentre il processo di sviluppo conduce a risultati positivi, nei termini moderni di sostenibilità e multiculturalismo, solo se il coinvolgimento dei destinatari viene messo al centro dell'intervento. In seguito si dimostrò che, attraverso le comunicazioni di massa (tv, radio, giornali, Internet), come notato già da Rogers, i soggetti ricevevano delle informazioni che però non erano di per sé determinanti del cambiamento nel comportamento sociale di individui e collettività.

E' importante sottolineare come in tutte le teorie dominanti negli anni sessanta fino alla fine degli anni ottanta, incluso il modello della dipendenza che vedremo di seguito, si diede per scontato un modello di azione che rimase poi alla base di tutti

²⁸Vedi Rogers, E.M., *Diffusion of innovations*, New York, Free Press, 1962 e Rogers, E.M. *Communication and Development: Critical Perspectives*, Beverly Hills, Sage, 1976.

gli interventi di comunicazione, noto come “comunicazione per il cambiamento di comportamento” (*behaviour change communication*).

Questo paradigma, come abbiamo visto precedentemente, parte dal presupposto che i problemi dei paesi sottosviluppati siano una conseguenza diretta della mancanza di nozioni e di conoscenze (che invece sono diffuse e interiorizzate nei paesi sviluppati), per cui la soluzione risiede nella modalità di introdurre nelle pratiche quotidiane quelle conoscenze che permetteranno loro di adottare un comportamento più favorevole e meno dannoso per il proprio stesso sviluppo.

I testi di Daniel Lerner e di Wilbur Schramm²⁹ illustrano ricerche e studi in cui i mass media possono persuadere i destinatari dei messaggi ad abbandonare il proprio comportamento, provocato da idee e valori ancorati al passato e alla tradizione, da cui invece devono affrancarsi per conformarsi al modello culturale, sociale ed economico dei paesi donatori (nonché di provenienza degli stessi promotori di questa teoria).

Questa concezione, basata sul cambiamento di comportamento delle società dei paesi destinatari degli aiuti, che potrebbe oggi risultare obsoleta, continua invece ad essere applicata nei progetti di cooperazione internazionale. Ovviamente, sono cambiate le metodologie e gli ambiti di applicazione, l'accettazione e condivisione dell'approccio multiculturale e soprattutto del paradigma della partecipazione hanno permesso di superare l'accezione evoluzionistica e diffusionista nell'ambito della comunicazione per lo sviluppo. Sono stati introdotti cambiamenti significativi, coerenti con le attuali politiche di cooperazione internazionale (soprattutto attraverso la governance e la preferenza per il decentramento), ma raramente viene messa in discussione la necessità di un cambiamento. Solo l'Unicef³⁰ sembra riflettere su queste questioni, che indubbiamente ci addentrano in un terreno più vicino all'etica che al lavoro di analisi che ci proponiamo, ma ci sembra

²⁹Lerner, D., *The passing of the traditional society: Modernizing the middle East*. New York, Free Press, 1958; Schramm, W., *Mass media and national development: The role of the information in the developing countries*, Stanford, Stanford University Press, 1954; Rogers, E.M., *Diffusion of innovations.*, New York, Free Press, 1962; Rogers, E.M. (a cura di.), *Communication and development*, Beverly Hills, Sage, 1976; Rogers, E.M., *Communication technology: The new media in society*, New York, Free Press, 1986.

³⁰Vedi *Strategic Communication for Behaviour and Social Change in South Asia. Conference report*, UNICEF, 2005.

importante almeno segnalarle per contestualizzare le problematiche relative al ruolo degli enti pubblici in ambito comunicativo:

Il termine “cambiamento di comportamento” introduce la domanda: abbiamo il diritto di cambiare i comportamenti? Alcuni dei costumi esistenti possono essere imposti dalla società stessa. Inoltre, se non esiste un comportamento raccomandato, sarebbe più appropriato usare il termine “sviluppo del comportamento” piuttosto che “cambiamento di comportamento”. Idealmente, le cause di un comportamento “non ottimale” (in relazione alla salute o allo sviluppo) dovrebbero essere comprese e dirette. La comunicazione strategica spesso viene recepita come manipolatrice, lasciando poco spazio al dialogo e alla discussione con le persone alle quali dovrebbe servire.

Affronteremo più avanti i modelli contemporanei derivanti dal paradigma del cambiamento sociale appena esposto, che, ribadiamo, sono nati sotto l'influenza di una concettualizzazione dello sviluppo etnocentrica e occidentale, detta anche della “modernizzazione e crescita”, che dominò incontrastata fino agli anni '70, quando la rivoluzione intellettuale portata avanti dalla teoria della dipendenza mise in crisi questa prospettiva.

1.1.4. La teoria della dipendenza

Contemporaneamente alla sempre maggior diffusione dell'influenza della corrente strutturalista applicata all'ambito sociale, un gruppo di studiosi formato da ricercatori, personalità del mondo accademico ed intellettuale provenienti dall'America Latina, teorizzarono una nuova definizione di sviluppo, mettendo in crisi il modello evolutivo incontrastato fino a quel momento. Secondo gli studiosi appartenenti a questa corrente, che durò fino agli anni '80, gli stati occidentali del Nord del mondo (Europa e soprattutto gli Stati Uniti), attraverso il proprio predominio economico, crearono una dipendenza degli stati del Sud, poveri e in via di sviluppo, al solo scopo di alimentare la propria supremazia, attraverso vincoli mantenuti saldamente da condizioni economiche sbilanciate, dal supporto di

governi favorevoli, e dal rallentamento intenzionale dei processi di democratizzazione e sviluppo.

A differenza delle teorie della modernizzazione, la teoria della dipendenza analizzò a fondo le relazioni fra i paesi sviluppati e quelli sottosviluppati, esaminando da questo punto di vista i problemi che affliggevano (e affliggono) il cosiddetto “Terzo Mondo”. Giungendo alla conclusione che la posizione di subordinazione e di arretratezza nel sistema politico ed economico fosse conseguenza diretta della struttura degli stessi problemi costruita secondo le necessità di sviluppo del “primo mondo”. I quali potevano così mantenere la propria posizione di dominio e di incrementare il divario, alle spese del sottosviluppo altrui.

Gli strumenti necessari al mantenimento di questa “dipendenza” furono (e sono, per certi versi) la penetrazione delle multinazionali nei paesi poveri, i sistemi di credito e di mercato internazionali e, non ultimo, il sistema stesso degli aiuti umanitari³¹. Questo squilibrio di relazioni fra paesi sviluppati e sottosviluppati venne mantenuto non solo dal sistema di scambi all'esterno, ma anche all'interno dei paesi stessi. La divisione netta fra settore urbano avanzato, in cui viveva una minoranza della popolazione, contrapposto al settore rurale, sovraffollato e impoverito doppiamente da spinte esterne e interne, era funzionale al mantenimento di questa dipendenza verso i paesi avanzati. In questo modo, i paesi già in difficoltà sarebbero stati sempre più dipendenti e deboli, e il proprio sviluppo impossibile, se queste condizioni fossero rimaste invariate.

Nella proposta teorica della teoria della dipendenza, il ribaltamento rispetto alla concezione evoluzionista e modernista dello sviluppo è chiaro, perché in questo caso si ipotizza un sistema mondiale conflittuale e un'ottica pessimista rispetto all'idea di progresso. Una delle critiche alla teoria della dipendenza è stata l'accusa, probabilmente fondata, di una componente ideologica eccessiva, ma è comunque importante sottolineare che gli articoli e gli studi in questo senso si basavano su analisi di contesti radicati storicamente, così come su fatti incontrovertibili come la penetrazione feroce delle imprese multinazionali che

³¹ Per approfondire la tematica del ruolo controverso degli aiuti umanitari per lo sviluppo, si veda Segrè, A., *I signori della transizione. Dove vanno a finire i soldi della cooperazione nei paesi post comunisti*, Stampa Alternativa, Roma, 1999.

espropriando terre e sfruttando la forza lavoro locale hanno costruito (e mantenuto) la propria ricchezza³².

Tornando al contesto da cui sono sorte le prime teorizzazioni della dipendenza, è opportuno notare come la critica ideologica venne fomentata dalle lotte politiche nei nuovi stati, liberi da secoli di colonizzazioni, in Africa, Asia e soprattutto dal successo dei movimenti socialisti e popolari in Cile, Cuba e Cina in lotta per la propria autonomia e autodeterminazione politica, economica e sociale all'interno della comunità internazionale e del sistema-mondo.

Le cosiddette nazioni “non allineate”, in contrapposizione al patto Nato, rifiutarono la concezione del progresso secondo parametri esclusivamente economici, dirigendo il significato del termine verso il campo della lotta politica.

La teoria della dipendenza aprì quindi la strada ad un nuovo concetto di sviluppo che enfatizzò aspetti come l'identità culturale e la multidimensionalità, attraverso le sovrapposizioni e le linee di influenza bidirezionali fra centro e periferia.

Nel campo della riflessione sulla comunicazione e sulle teorie dell'informazione, il movimento intellettuale “dependentista” si sviluppò contemporaneamente alla corrente degli studi sull'imperialismo dei sistemi e dei mezzi di comunicazione di massa (teorizzata da studiosi come Schiller, Mattelart, Chomsky), senza però riuscire ad instaurare una relazione fra i due campi di ricerca, in quanto la teoria della dipendenza rimase circoscritta agli studi sociali e politici³³. Nel nostro lavoro di ricerca, invece, cercheremo di avvicinare i due campi di studi: prendendo spunto dai lavori che cercano di spiegare l'importanza dell'universo simbolico diffuso dai mezzi di comunicazione di massa nelle società “dipendenti” o comunque sottosviluppate, verificheremo attraverso analisi semiotiche come certe relazioni di

³²Il ruolo delle multinazionali del commercio globale è tuttora determinante per gli squilibri economici fra paesi ricchi e poveri. Basti pensare alle delocalizzazioni selvagge degli ultimi decenni, pilastro dell'economia capitalista mondiale. Per esempio, considerando il numero di morti, più di 10.000, causati ad oggi dalla grave crisi economica in Argentina del 2001, non si può non pensare alle responsabilità dello sfruttamento e occupazione territoriale a fini produttivi del gruppo Benetton, fra gli altri, che possiede 900.000 ettari nel Sud dell'Argentina, occupando la posizione dominante fra i latifondisti del paese.

³³I quali presentano fortissime resistenze all'utilizzo della comunicazione nelle proprie ricerche, e tendono a considerare questo campo ininfluenza nelle strutture della dipendenza globale. Personalmente ci sembra una posizione poco lungimirante e che tiene in scarsa considerazione gli studi sulle comunicazioni di massa, nonché gli avvenimenti storico-politici contemporanei.

dominio e di dipendenza vengono riprodotte in discorsi comunicativi (specialmente a livello visivo) relativi alla cooperazione internazionale.

Condividiamo quindi il suggerimento di Fred Fejes³⁴ che in un articolo del 1986 sull'imperialismo dei mass media auspicava che gli studi culturali sull'ipotesi imperialista della comunicazione mondiale³⁵ dovrebbero dare seguito a studi sull'impatto reale di questo universo simbolico nelle vite e nelle relazioni umane, anche se rappresenta una sfida maggiore e molto più difficile da realizzare.

Questo excursus sulla teoria della dipendenza ci è sembrato utile per contrastare la tendenza a relegare nel dimenticatoio un modello di riferimento e ancora attuale, a nostro avviso, per gli studi sulla comunicazione nell'ambito dello sviluppo. Inoltre, è servito a spiegare la portata ideologica e critica di questo paradigma, che permise il superamento di una concezione di progresso evoluzionistica ed etnocentrica, e favorì l'instaurarsi del paradigma partecipativo che dagli anni novanta ad oggi domina le riflessioni sulla comunicazione per lo sviluppo.

1.1.5. Verso un nuovo concetto di sviluppo

A partire dagli anni '80, si delinea una situazione mondiale complessa che non può più essere interpretata secondo gli assi centro-periferia, validi fino a quel momento. La caduta del Muro di Berlino (1989) e lo sgretolarsi dell'Unione Sovietica, l'allargamento dell'Unione Europea, l'aggressiva entrata in scena delle *tigri asiatiche*³⁶, il rapido sviluppo di macro-nazioni come Cina e India, provocò l'incrinarsi dell'equilibrio esistente.

A partire dalla nuova situazione socio-politica mondiale, le teorie sullo sviluppo iniziarono a porre al centro della propria riflessione fattori come

³⁴Fejes, F., "El imperialismo de los medios de comunicación", *Análisi: quaderns de comunicació i cultura*, n°10/11, 1986, pag. 87-99.

³⁵In questo senso un testo fondante è Dorfman, A., Mattelart, A., *How to read Donald Duck: Imperialist Ideology in a Disney Comic*, International General, New York, 1975.

³⁶Con questo termine la stampa mondiale si riferisce a Corea del Sud, Singapore, Taiwan, Hong Kong, per sottolineare l'aggressiva politica economica che ha portato un sviluppo esponenziale di questi paesi, in tempi rapidi.

multidimensionalità, relatività culturale, costruzione dell'identità comunitaria. Le nuove relazioni fra gli stati si intrecciarono a vari livelli, economici ma anche e soprattutto sociali e politici, e i problemi stessi assunsero una dimensione globale, all'insegna di una crescente interdipendenza. Tanto la teoria evolutiva quanto quella della dipendenza non furono più sufficienti a spiegare la variabilità dei fenomeni in atto, mentre si stava facendo strada un nuovo paradigma.

Fondato sull'ipotesi di autodeterminazione all'interno delle stesse comunità, il nuovo concetto di sviluppo iniziò a difendere l'idea che non esistono stati o società completamente autonome o autosufficienti, in grado di determinare completamente la propria traiettoria politica ed economica, né completamente dipendenti da soggetti esterni. Centro e periferia divennero pertanto parametri da utilizzare tanto nelle relazioni esterne come in quelle interne alle società: per comprendere le dinamiche in atto, l'analisi andava perciò estesa tanto ai singoli poli che nelle loro relazioni. Le divisioni fra Primo, Secondo e Terzo (o Quarto) mondo persero significato anche nel dibattito sui movimenti di globalizzazione e localismo che predominano ancora oggi l'ambito di studi sulla cooperazione. Si fa quindi strada un nuovo concetto di sviluppo, finalizzato alla soddisfazione dei bisogni e quindi alla sconfitta della povertà, endogeno e autodiretto, ecologico sia dal punto di vista ambientale che culturale:

*la Commissione Mondiale su Cultura e Sviluppo presieduta da Javier Pérez de Cuéllar (1995), [...] argomentava che lo sviluppo svincolato dal proprio contesto umano e culturale sarebbe cresciuto senza l'anima. Significava che la cultura non può essere ridotta in ultima istanza ad una posizione sussidiaria, come mera promotrice dello sviluppo economico. Il report continua affermando che "i governi non possono determinare la cultura della gente: invece, essi sono da essa parzialmente determinati"*³⁷

La cultura viene messa al centro di qualsiasi riflessione sullo sviluppo, e non si tratta solo di una corrente intellettuale o di un'adesione ideologica, perché

³⁷Servaes, 2004, pag. 10., op. cit.

concerne questioni politiche fondamentali. I governi non possono imporre il rispetto per la cultura, ma possono attuare e supportare linee politiche di sviluppo che ne tengano conto, non solo come fattore marginale ma ponendolo al centro delle proprie azioni.

Contrariamente agli approcci di stampo economico e politico che abbiamo descritto finora, il nuovo paradigma sostiene che non esiste un modello universale adeguato per tutti i livelli e i problemi all'interno delle società. Lo sviluppo è un processo dialettico e multidimensionale che varia a seconda del tipo di contesto, della società, della comunità. Per questo non si può prescindere, come è invece avvenuto spesso nella pratica, dai soggetti destinatari nei progetti degli aiuti allo sviluppo che li prevedono come beneficiari, perché non solo sono i migliori conoscitori del proprio intorno economico, politico, sociale e culturale, ma anche perché devono essere messi in grado di prendere le redini del proprio processo di sviluppo. Secondo questa prospettiva, non ha senso parlare di società più o meno sviluppate, perché i parametri sono assolutamente relativi e variabili: quello che all'interno di un certo contesto è considerato il massimo beneficio, in un altro può non esserlo, per cui l'unica linea di sviluppo possibile deve essere dettata dalla cultura, che ovviamente non è misurabile in termini quantitativi.

Il nuovo concetto di sviluppo non poteva non provocare una decisa virata negli studi e nelle ricerche sulla comunicazione applicate a questo ambito. Infatti, nonostante le differenze, sia i modelli esposti in precedenza che le applicazioni che ne sono succedute, condividevano la premessa che la mancanza di certe nozioni o conoscenze fosse la causa dei problemi, e che il sottosviluppo si sarebbe potuto risolvere colmando questo vuoto. Nei testi dei primi studiosi, di cui abbiamo già scritto, le culture locali vennero viste come ancorate ad una tradizione che impediva l'introduzione di pratiche innovative, strumenti di modernità e quindi di sviluppo. Da sottolineare come questa interpretazione non fosse scevra da influenze di dottrine strettamente economiche, che hanno contribuito all'origine di un'interpretazione dell'aiuto allo sviluppo all'insegna della carità e del dono, invece di una vera cooperazione, e ad azioni attraverso le quali si è preteso forzare l'introduzione di nuove tecnologie nella convinzione che, fossero il passo immediatamente successivo (e il più giusto) verso il miglioramento delle condizioni di vita.

Questa visione è rimasta a lungo sottesa alla comunicazione per lo sviluppo, tanto che anche le teorie e i modelli successivi, pur affrancandosi dal modello semplicistico della modernizzazione (sintetizzabile nella formula: informazione+modernità=sviluppo), hanno mantenuto come paradigma il cambiamento di comportamento (*Behaviour Change*) fondato sulla persuasione, comunque imposto dall'esterno. Le cause dell'analfabetismo, dello scarso sviluppo agricolo, degli alti tassi di mortalità venivano messe in relazione con l'esistenza di valori e comportamenti tradizionali che impedivano la modernizzazione, per cui la soluzione venne individuata nel cambiamento degli stessi, attraverso l'informazione e la comunicazione.

Per completare questo excursus storico sulla disciplina, nei paragrafi seguenti descriveremo alcune strategie attuali di diretta derivazione dal paradigma tradizionale della comunicazione per lo sviluppo appena esposto (come il marketing sociale), utilizzate ancora oggi da agenzie internazionali come l'Organizzazione Mondiale della Sanità o il Fondo delle Nazioni Unite per la Popolazione (UNFPA).

1.1.6. Dal nuovo concetto di sviluppo ai nuovi paradigmi della comunicazione

Le riflessioni più recenti sul concetto di sviluppo, negli anni '80 e negli anni '90, che abbiamo appena riportato, condussero ad un cambiamento radicale di prospettiva rispetto alle applicazioni della comunicazione, ed hanno aperto la strada a nuovi paradigmi, di cui ci occuperemo in questo paragrafo.

Secondo Servaes³⁸, il punto di vista contemporaneo poggia su alcuni nuovi principi, provenienti tanto dalle discipline della comunicazione che dalle correnti di pensiero multiculturale sullo sviluppo, applicati nella maggior parte dei programmi di cooperazione:

-l'enfasi sul processo di comunicazione inteso sia come scambio di significato che sul significato stesso del processo, cioè sulle relazioni sociali che costruisce;

³⁸Servaes, J., Malikhao, P., 2004, op.cit.

- il superamento del modello persuasivo: quello che conta è la circolazione delle informazioni in tutte le direzioni, secondo un modello in grado di colmare i “vuoti” di conoscenza dove necessario, rispondendo alle richieste e alle esigenze dei destinatari;
- la prospettiva culturale dominante, che non riguarda solo il contesto sociale e ambientale, ma soprattutto l'universo normativo interiore degli individui che guida la costituzione di idee, decisioni e comportamenti;
- la democrazia partecipativa: onnipresente nelle dichiarazioni di principio da parte di politici, amministratori ed intellettuali, può essere trasformata da semplice proclama in una realtà grazie ai nuovi mezzi di comunicazione di massa;
- la lotta per l'accesso alle risorse della comunicazione e la riduzione del “divario digitale”³⁹: si ribadisce il principio della libera circolazione della conoscenza e delle informazioni, e la lotta contro le licenze e i brevetti;
- l'importanza della comunicazione per la globalizzazione e l'ibridazione dei modelli culturali;
- il concetto di flusso all'interno e all'esterno delle società, che porta alla mescolanza di variabili interne ed esterne di sviluppo.

Basato sui concetti appena esposti, il modello partecipativo ha sostituito i paradigmi ormai antiquati della diffusione e del cambiamento di comportamento, su cui si sono appoggiate per anni la maggior parte delle applicazioni in ambito comunicativo. Secondo questa nuova linea teorica, la comunicazione è l'articolazione delle relazioni sociali fra esseri umani, i quali non devono essere forzati ad adottare pratiche di comportamento estranee, seppur innovatrici, anche se risultano estremamente utili dal punto di vista degli enti e dei governi che li propongono. Gli individui vanno piuttosto incoraggiati a partecipare attivamente alla definizione dei programmi e alle modifiche delle pratiche proposte per migliorare le proprie condizioni, grazie all'utilizzo della comunicazione e dell'informazione, adattate alle proprie caratteristiche culturali e sociali.

³⁹ A questo proposito, si veda www.digitaldivide.it, in cui si descrive l'entità del problema e si organizzano forme di lotta contro i brevetti in campo informatico, mettendo a disposizione strumenti informatici di libero accesso (*open source*).

Secondo i teorici della partecipazione, la comunicazione per lo sviluppo richiede una certa sensibilità per la diversità culturale e il contesto specifico di realizzazione degli interventi, che invece mancava totalmente nella teoria della diffusione e nei primi studi sul cambiamento di comportamento. Gli insuccessi registrati nei progetti realizzati anteriormente all'avvento del paradigma partecipativo sono stati giustamente interpretati all'insegna della mancanza di considerazione di questi aspetti.

Un autore fondamentale per la teorizzazione del paradigma della partecipazione è il brasiliano Paulo Freire⁴⁰, secondo il quale uno dei motivi principali del fallimento dei programmi di educazione dei piccoli agricoltori era da ricercare nell'intenzione di convincerli dei benefici delle innovazioni che si cercava di far adottare. L'errore fondamentale risiedeva nel tentativo di inculcare concezioni e percezioni estranee, percepite come imposte, forzando le popolazioni locali ad accettare i modelli calati dall'esterno. Alla base dell'insuccesso di questi progetti era quindi l'autoritarismo di base delle strategie di comunicazione che tendevano ad imporre certi tipi di comportamento, in contrasto con un'idea di interazione con la comunità.

L'approccio proposto da Freire, detto della "pedagogia dialogica", invece, parte dall'idea che la comunicazione debba essere funzionale alla costruzione di una percezione della partecipazione nella costruzione e nella condivisione delle innovazioni da introdurre, per cui l'educazione si trasforma da imposizione in scoperta creativa. La teoria di Freire viene detta "dialogica" perché tutti, uomini e donne, hanno il diritto di "far sentire la propria voce" e ad esporre le proprie considerazioni sul processo di sviluppo. Freire inquadrò i problemi del Terzo Mondo dal punto di vista della comunicazione, non della mancanza di informazione, e soprattutto rivalutò le pratiche agricole e sanitarie che dai teorici della modernizzazione venivano indicate come cause del sottosviluppo⁴¹.

⁴⁰Freire, P., *Pedagogy of the oppressed*, New York, Seabury Press, 1983.

⁴¹Un caso interessante di messa in pratica delle teorie di Paulo Freire è il paese Amayuelas de Abajo, Palencia (Spagna), dove un villaggio abbandonato è stato recuperato da nuovi "colonizzatori" che rivendicano la cultura rurale, la dimensione del piccolo paese e hanno istituito una scuola di formazione, intitolata appunto a Paulo Freire, per le tecniche tradizionali nell'agricoltura, nella costruzione e in generale per uno stile di vita più sostenibile. Vedi <http://www.nodo50.org/amayuelas/>.

Fondamentale nella teoria di Freire, così come nelle successive applicazioni del modello partecipativo, è l'approccio "antropocentrico" che rivaluta l'influenza dei canali di comunicazione interpersonali nei processi di decisione a livello comunitario. Diverse ricerche, come abbiamo visto anche dagli studi di Rogers descritti precedentemente, hanno dimostrato che, specie in ambito rurale, i gruppi marginali, affetti da un alto tasso di analfabetismo, preferiscono un'interazione diretta piuttosto che mediata. Questo non comporta però l'esclusione degli strumenti di comunicazione di massa. Inutili e perfino dannosi se percepiti come estranei alla propria cultura e imposti dall'esterno, se usati in modo complementare insieme ai canali interpersonali possono comunque apportare il proprio contributo.

I mass media possono perciò venire impiegati come strumenti fondamentali nei progetti di educazione e sviluppo, ma è bene che i responsabili sappiano piegarne il funzionamento alle caratteristiche del contesto di attuazione, con metodologie che la comunità possa maneggiare facilmente e con naturalezza, evitando che si generino meccanismi controproducenti, come le dissonanze cognitive⁴², rispetto alle proprie tradizioni e alle proprie identità culturali. Per esempio, canali di mediazione come il teatro, la radio, il cinema o la televisione possono trasformarsi in occasioni per far esprimere attivamente i soggetti e allo stesso tempo coinvolgerli nell'uso degli strumenti di comunicazione di massa per identificare certi problemi, riflettere sulla propria comunità ed elaborare delle possibili soluzioni. Sono gli stessi membri del gruppo, non i professionisti della cooperazione e della comunicazione, ad assumersi la responsabilità delle decisioni che li riguardano direttamente. In questa prospettiva, i mass media diventano un elemento per la partecipazione attiva dei beneficiari stessi dei progetti, funzionali ad un processo di "creazione" più che di diffusione della comunicazione e delle informazioni.

Riassumendo, il paradigma partecipativo si basa quindi sui seguenti principi:

⁴²La teoria della dissonanza cognitiva viene introdotta da Leon Festinger nel 1957. Per dissonanza si intende uno stato di tensione a causa della percezione di un'incoerenza logica, una tensione psicologica interiore che si crea quando il proprio comportamento, coscientemente o per imposizione, entra in conflitto con ciò che si crede/pensa. In questo caso, e negli studi sulle comunicazioni di massa, la dissonanza cognitiva indica una possibile reazione da parte dei destinatari, quando viene esposto ad un messaggio che contrasta con le proprie convinzioni o gli viene imposto un comportamento contrario alle stesse. Può essere una causa frequente degli effetti distorti o secondari della comunicazione.

- le azioni comunicative vanno intraprese come un processo integrato che utilizza tanto i canali di comunicazione di massa quanto quelli interpersonali;
- la comunicazione è un processo sociale, non riducibile al messaggio o ai canali di diffusione, in cui intervengono i destinatari tanto nella ricezione quanto nella valutazione dell'uso degli stessi mass media rispetto all'impatto sulle proprie vite;
- la comunicazione per lo sviluppo è intersettoriale, non va ristretta alle grandi agenzie e organizzazioni della cooperazione internazionale, perché è in grado di influire positivamente nei processi di sviluppo solo se si integrano e coordinano le azioni di tutti i soggetti partecipanti.

Nemmeno il modello partecipativo, comunque, è rimasto totalmente immune alle critiche. Come segnala Silvio Waisbord, in una ricerca⁴³ effettuata nel 2001 per la Fondazione Rockefeller (uno degli enti privati più attivi nella riflessione e nelle applicazioni delle teorie comunicative ai contesti di sviluppo), non è sempre chiaro a quali e a che livello della struttura sociale si debba estendere la partecipazione.

Per esempio, in casi di emergenze come disastri naturali o carestie, un'attività decisionale all'insegna della partecipazione può essere dannosa e paralizzante. Sebbene positiva nel lungo termine, la strategia partecipativa può provocare effetti negativi e problemi nel breve periodo. Ancora, segnala l'autore, si tendono a considerare le comunità come immuni all'influenza delle comunicazioni di massa che a livello globale espongono agli stessi identici messaggi pubblici differenti, provenienti dai contesti più vari, per cui non si può totalmente prescindere dal considerare l'impatto provocato da questa esposizione, seppur passiva e occasionale. Inoltre, sembra non prendersi in considerazione la volontà dei destinatari, ammettendo fra le varie opzioni anche la possibilità che i beneficiari degli aiuti non vogliano partecipare al processo di sviluppo, decidendo quindi di non voler essere coinvolti nei progetti che propongono questo obiettivo.

Invece questo fenomeno di "rigetto" e in alcuni casi di aperta ostilità è più frequente di quanto si possa pensare, in ambito cooperativo. Spesso la resistenza alla partecipazione riguarda le fasce più deboli della società (anziani, donne e bambini), alle quali tra l'altro si dirige l'intervento in quanto più bisognose di aiuti.

⁴³Waisbord, S., *Family Tree of theories, methodologies and strategies in Development Communication*, Rockefeller Foundation, 2001.

Situate nel gradino più basso della struttura gerarchica, però, subiscono nelle azioni di cooperazione le stesse discriminazioni a cui sono sottoposte nelle reti sociali di origine, perché sono sempre quelli che stanno in cima, i leader, ad entrare in contatto con i professionisti della cooperazione, imponendo la propria visione privilegiata e, se necessario, utilizzando la propria forza di coercizione per combattere e mettere a tacere le voci discordanti, le opinioni che contraddicono l'ordine prestabilito. In questi casi, attraverso una partecipazione, per così dire, incompleta e limitata, si ottiene l'effetto indesiderato e opposto, danneggiare ulteriormente chi già si trova in una posizione svantaggiata, attraverso l'imposizione di una volontà esterna invece che dell'adesione.

Infine, è interessante notare come alcuni critici asiatici abbiano accusato la teoria partecipativa di affidarsi eccessivamente a modelli occidentali di democrazia, che non considerano come la partecipazione possa incrementare il grado di confusione e incapacità di risoluzione dei problemi, mentre affidarsi a membri della comunità più attivi e potenti è una soluzione più veloce ed efficace, che beneficia tutta la società.

Alla luce di queste ultime considerazioni, il ruolo degli enti pubblici si riafferma di nuovo, a nostro parere, come fondamentale, per tenere sotto controllo i contesti in cui si prevede la realizzazione dei progetti di comunicazione partecipativa, guidati direttamente o tramite organismi intermedi come le Ong. Attraverso gli uffici distaccati o i rappresentanti locali, i dirigenti pubblici dovrebbero poter (e sapere) monitorare costantemente la situazione ed eventualmente coordinare e mediare gli interventi; dovrebbero essere in grado di prevedere a priori, con scarso margine di errore, l'impatto dell'introduzione di certe pratiche e strumenti nella comunità, visionando i progetti attuati in precedenza ed effettuando analisi comparative sui risultati ottenuti, evidenziando punti forti e debolezze, le cause di successo e insuccesso; dovrebbero incoraggiare i mass media locali a svolgere un'azione reale di servizio per la comunità, favorendone la diffusione negli strati sociali più emarginati della popolazione e incoraggiando una programmazione dei contenuti che privilegi le tematiche di interesse per la comunità e aiutandoli a proteggersi dalla concorrenza dei giganti globali dell'informazione, che operano sempre in connivenza con le *élites* del potere prestabilito dove le voci alternative e le proposte di cambiamento non trovano spazio.

1.2. Teorie e modelli attuali⁴⁴

Alla luce di quanto esposto precedentemente, in questo paragrafo cercheremo di riunire i modelli e le teorie che vengono applicate attualmente negli approcci comunicativi nell'ambito della cooperazione internazionale. E' importante ribadire, come affermato sopra, che continuano ad esistere (ed esisteranno a lungo, a nostro parere) progetti che continuano ad applicare modelli basati su paradigmi considerati superati, come quello della diffusione, o del cambiamento di comportamento⁴⁵, strumento particolarmente apprezzato in cooperazione sanitaria, impiegato per esempio dall'Organizzazione Mondiale della Sanità o dal Programma delle Nazioni Unite sull'HIV/AIDS (UNAIDS, *Joint United Nations Programme on HIV/AIDS*). Inseriamo questo modello in questa parte perché crediamo che di per sé il cambiamento di comportamento non sia negativo, non deve per forza pregiudicare l'efficienza e la validità dei risultati ottenuti. Non giudichiamo a priori questi approcci negativi, ma l'uso che se ne è fatto in passato, perché se adattati ai contesti e agli strumenti, con un adeguato studio e considerazione dei destinatari, potrebbero portare dei benefici immediati.

Questa situazione non contrasta con la sintesi in cui abbiamo appena illustrato le tappe e le teorie fondanti che hanno marcato la nascita e la evoluzione della disciplina. Nel lavoro di documentazione appena svolto si è scelto di seguire uno schema cronologico per sottolineare i passaggi delle varie fasi, per far risaltare lo sviluppo parallelo alle discussioni e ai dibattiti sul concetto stesso di sviluppo. Nel passaggio dalla teoria all'applicazione pratica, i paradigmi teorici nuovi si sostituiscono a quelli vecchi, ma, come spesso accade, questi ultimi non scompaiono nell'immediato ma si trasformano gradualmente, adattandosi ai contesti contemporanei. Questa evoluzione è tanto più sfumata in una campo di studi giovane come quello che stiamo affrontando, dove si è appena iniziato a riflettere retrospettivamente sul proprio percorso e a ritornare sui propri passi per introdurre misure correttive.

⁴⁴Per questa sezione, abbiamo fatto riferimento ai già citati documenti pubblicati da Onu, Fao, Unfpa, Unicef ed altri documenti di istituzioni internazionali. La sintesi e il raggruppamento dei vari modelli sono a cura dell'autrice.

⁴⁵Il *Behaviour Change Approach*, seppur paradigma sotteso alla teoria diffusione, è un modello che può adattarsi facilmente anche al paradigma partecipativo, e di fatto viene inserito in questa sezione, come viene fatto dalla lettura di riferimento consultata, che non per questo costituisce un'opinione del tutto condivisa dall'autrice.

I modelli che proporremo sono stati presentati e discussi in riunioni e conferenze organizzate dall'Onu, che a tutt'oggi, attraverso le proprie agenzie, è il punto di riferimento per la teoria comunicativa dello sviluppo, coadiuvato da alcuni esponenti accademici e poche fondazioni private. Rimandiamo alla seconda parte del nostro lavoro l'analisi della comunicazione degli enti pubblici e il loro ruolo e posizionamento in questo ambito, attraverso i discorsi contenuti nei siti web.

1.2.1. I modelli derivanti dal paradigma della diffusione

Come abbiamo spiegato in precedenza, il paradigma della diffusione delle informazioni dall'alto verso il basso (*top-down*) considera i mezzi di comunicazione di massa come supporto allo sviluppo, cioè come un sottogruppo degli altri settori delle politiche di sviluppo. Comunicare per lo sviluppo, secondo questa prospettiva, significa quindi utilizzare gli strumenti e i mezzi a disposizione secondo la pratica usuale delle campagne di comunicazione integrata, per divulgare i propri progetti ed incoraggiare la cittadinanza globale ad appoggiare gli interventi realizzati. Lo scopo è il cambiamento di un comportamento sociale, che può essere raggiunto attraverso differenti canali di comunicazione, tanto interpersonali quanto mediatici, però tutti con l'obiettivo di persuadere il pubblico-destinatario ad adottare (o a evitare) un certo tipo di comportamento, che favorisce o ostacola il benessere sociale. Appartengono a questa famiglia i seguenti approcci:

-il *marketing sociale*, che attraverso gli strumenti tipici del marketing cerca di diffondere dei comportamenti sociali che beneficiano tutta la comunità. Si tratta di applicare i principi e le tecniche del marketing per promuovere, attraverso idee e comportamenti, cambiamenti sociali nell'interesse degli individui e della collettività nel suo insieme⁴⁶;

⁴⁶Definizione tratta da Tamburini, S., *Marketing e comunicazione sociale*, Milano, Lupetti, 1992, citato in Grandi, R., *La comunicazione pubblica*, Roma, Carocci, 2001, pag. 45. Un esempio di marketing sociale è stata la campagna dell'Agenzia Statunitense per lo Sviluppo Internazionale (*United States Agency for International Development, USAID*) del 2003 in Honduras per combattere la disidratazione provocata dalla diarrea, una delle cause principali dell'elevato indice di mortalità infantile del paese. L'USAID mise a punto un Kit contro la Disidratazione, composto da una polvere da dissolvere nell'acqua per la reintegrazione dei liquidi e dei sali minerali. Il kit venne promosso alla radio, con affissioni pubblicitarie, e per mezzo di volontari, insieme alla spiegazione del pericolo della disidratazione, rivolta particolarmente alle madri, che per la maggior parte

-*la promozione di comportamenti relativi alla salute* (ad esempio le campagne di prevenzione contro l'AIDS). La strategia utilizzata in questo caso parte dal presupposto che le azioni siano controllate dai pensieri e dai sentimenti individuali, e il comportamento riguardo alla salute è influenzato da fattori interni (percezione della probabilità di essere colpito da una malattia, della gravità della stessa e dell'efficacia di una certa azione per la riduzione del rischio) o esterni (influenza del gruppo familiare o dei mass media). Nello specifico, le campagne relative alla promozione della salute devono convincere i destinatari che in un certo tipo di comportamento i benefici superano gli aspetti negativi, attraverso canali mass mediatici che influiscano sugli stimoli esterni, o attraverso interazioni personali (agendo sui gruppi di mediazione fra l'individuo e la comunità, come la famiglia);

-*l'edutainment*, cioè l'utilizzo dei canali e dei contenuti legati all'intrattenimento (film, teatro, telenovelas, ecc.) per diffondere messaggi educativi. Un esempio italiano di enorme successo, anche mediatico, è stata la messa in scena dello spettacolo *Pinocchio Nero* dall'African Medical and Research Foundation italiana (AMREF), che attraverso lo strumento del teatro ha dato modo da un lato a dei ragazzi africani di esprimersi in maniera del tutto nuova, e di far conoscere la propria realtà all'esterno, dall'altro ha promosso un progetto di educazione allo sviluppo attraverso il canale dell'intrattenimento⁴⁷.

ignoravano di dover far bere i bambini durante e dopo la malattia, e l'incentivo alla somministrazione di liquidi.

⁴⁷La Ong Amref nell'ambito dei suoi programmi educativi ha inserito da qualche anno la pièce teatrale *Pinocchio Nero*, una rilettura della celebre fiaba di Collodi in chiave slum, grazie alla collaborazione del regista Marco Balani, che ha lavorato con 20 ragazzi di strada di Nairobi insegnandogli a recitare e a esprimere la propria creatività come arma per combattere e reagire alle loro difficili situazioni. Il risultato è stato un enorme successo di pubblico che ha portato la compagnia in giro per l'Italia. Per maggiori informazioni vedi <http://www.amref.it/locator.cfm?SectionID=697>.

1.2.2. I modelli derivanti dal paradigma partecipativo

Il modello partecipativo, come abbiamo visto, sottolinea l'importanza dell'identità culturale delle comunità locali e della democratizzazione della partecipazione a tutti i livelli (internazionale, nazionale, locale e individuale). Secondo questo approccio, la comunicazione può e deve essere utilizzata per lo scambio di conoscenze, valori, tradizioni e idee in una prospettiva multilaterale, che coinvolge nel processo di sviluppo tutti i livelli sociali, e nel concreto, nell'attuazione dei progetti, deve partire da quelli che ne sono i beneficiari.

Nella pratica, il flusso della comunicazione è circolare e coinvolge tutti gli *stakeholders* (portatori di interesse), mentre mittente e destinatario interagiscono negoziando sui contenuti che si formano a partire dal ciclo di comunicazione. Il punto di partenza è la comunità: è a questo livello che tutti i problemi vengono affrontati e discussi, e si decide di interagire con altre comunità o con i donatori.

La forma più sviluppata di partecipazione è l'autogestione, dove è la comunità a partecipare e decidere nel merito della pianificazione dei contenuti dei mass media. Questo non significa che tutti i componenti debbano impegnarsi a partecipare in ogni fase del progetto, ma riuscire a coinvolgere il maggior numero di rappresentati è particolarmente utile nelle fasi iniziali, ai fini della ricerca, raccolta dati e decisione delle priorità che devono occupare lo spazio mass mediatico, che si potranno personalizzare con maggior precisione disponendo della visione più completa possibile di tutti gli aspetti e gli interessi in atto. Uno dei problemi che potrebbe presentare questo modello è la riproduzione dei meccanismi gerarchici esistenti all'interno della comunità, che si può ovviare includendo la partecipazione di esperti, specialisti e esponenti istituzionali.

Appartengono a questa famiglia i seguenti approcci:

-*advocacy*: è l'azione di pressione sociale su esponenti politici e *decision-makers*, che si cerca di influenzare e sensibilizzare nella speranza che si facciano maggiormente responsabili riguardo a certe tematiche di sviluppo e promuovano il cambiamento sociale in questo senso. L'azione di *advocacy* è tanto più efficace quanto più coinvolge in profondità i vari livelli della società. La strategia d'intervento può passare attraverso i canali dell'interazione sociale, o attraverso l'uso dei mass media, ma in ogni caso lo scopo è creare un dibattito pubblico e riuscire a inserire certe tematiche nell'agenda politica, promuovendo azioni

collettive in merito (sempre in funzione del cambiamento sociale, ma attraverso un movimento dal basso verso l'alto, su iniziativa della base sociale).

-mobilitazione sociale: modello usato per la prima volta dall'Unicef, l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Infanzia, identifica il processo attraverso il quale i membri della comunità prendono coscienza dell'esistenza di un problema, lo identificano come priorità per tutta la società, e decidono di reagire per trovare una soluzione o per richiamare l'attenzione dei governanti o di chi può risolverlo.

1.2.3. Altri approcci

In questo paragrafo riuniamo alcuni modelli utilizzati attualmente nei progetti di comunicazione per lo sviluppo, che non abbiano ritenuto opportuno fra rientrare nello schema precedente perché possono essere applicati con paradigmi differenti, in quanto si tratta di formati e di contenuti di interventi che possono essere realizzati attraverso vari approcci.

-L'utilizzo delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT): attraverso le ICT, si cerca di abbattere il divario fra chi dispone di un accesso facile ed economico a tutti i canali di informazione e chi invece non è nelle condizioni di poterlo fare (per esempio, gli abitanti delle comunità rurali dei paesi sottosviluppati), allo scopo di far uscire dalla marginalità alcune comunità, fornendo loro un'apertura verso il mondo (non solo a scopo informativo ma anche economico, per esempio, per vendere i propri prodotti in altri mercati). Il problema delle ICT è che costano molto, necessitano di energia elettrica (che spesso scarseggia nelle aree più depresse) e soprattutto di manutenzione e di aggiornamento costante. I progetti che hanno registrato alte percentuali di insuccesso in passato hanno messo in luce che Internet è più utile se viene introdotto meno traumaticamente nella vita di certe comunità, "mediato" attraverso un mezzo più economico e maggiormente integrato nel tessuto sociale dei paesi meno sviluppati, come la radio;

-institution building: si forniscono alle istituzioni dei paesi sottosviluppati (come università, centri di ricerca eccetera) le competenze, gli strumenti e la formazione per l'utilizzo della comunicazione nei programmi di sviluppo. E' l'approccio adottato

dalla maggior parte delle agenzie internazionali e private, come Fao, Unesco, Ford Foundation ecc;

-comunicazione di supporto allo sviluppo: consiste nell'utilizzo sistematico delle strategie comunicative e dei canali di comunicazione di massa per coinvolgere le comunità nei progetti di sviluppo, informando, motivando e formando gli individui in questo senso. Enfatizza un approccio multimediale allo sviluppo, integrando specialmente mass media tradizionali e nuove tecnologie della comunicazione. Negli ultimi anni si è focalizzato soprattutto nel supportare gli stati nazionali in cui si interviene nel trattamento della comunicazione per lo sviluppo, sia attraverso consulenze strategiche sulle ricerche da svolgere, che nella definizione delle politiche di comunicazione e informazione da promuovere.

1.2.4. Il superamento dei paradigmi dominanti

Per riassumere quanto esposto sopra a proposito dell'attuale panorama della comunicazione per lo sviluppo, possiamo affermare che nelle politiche oggi più diffuse, nonostante la differenze fra le teorie e i modelli che abbiamo elencato sopra, si possono ritrovare alcuni punti comune:

-lo scopo degli interventi: un obiettivo necessario e fondamentale deve essere sempre *il rafforzamento (empowerment) della comunità_destinataria*, nel senso che deve essere messa in grado di procedere autonomamente e poter così autodeterminare il proprio processo di sviluppo. Tuttavia, a seconda dei modelli adottati (il *social marketing* piuttosto che l'*edutainment*, per esempio), variano conseguentemente anche i risultati che ci si aspetta di ottenere, alla luce delle differenti interpretazioni di cosa si intende per "rafforzamento" (*empowerment*), così come continuano a mancare strumenti e metodologie di valutazione (i cosiddetti indicatori) comparabili, per cui la tensione e la concorrenza fra i modelli rimane;

-*la presenza di un ventaglio di tecniche e metodologie per la realizzazione dei progetti (tool kit):* le ricerche e le esperienze sul campo hanno dimostrato che piuttosto che utilizzare una teoria e una metodologia specifica a prescindere dalla diagnosi del problema da affrontare, risulta molto più utile l'adattamento di

approcci specifici a contesti specifici. In altre parole, piuttosto che riprodurre in differenti situazioni lo stesso schema di intervento, è bene tenere a disposizione e sapere maneggiare un ventaglio (un *tool kit*) di approcci teorico-metodologici.⁴⁸ Naturalmente, questo non vuol dire utilizzare la gamma completa in tutti i casi, perché le tecniche comunicative vanno adattate al contesto, ai bisogni della comunità e, non ultimo, alle priorità dei donatori.

-l'integrazione dei movimenti dall'alto verso il basso (e viceversa): per i progetti di comunicazione allo sviluppo, è raccomandabile integrare modelli che diffondano informazioni dall'alto verso il basso e altri che invece partano dalla comunità (dal basso verso l'alto) per influenzare le decisioni e le azioni a livello di scelte da parte dei governanti;

-l'integrazione dei mass media e comunicazione interpersonale: come abbiamo discusso in precedenza, gli interventi di comunicazione per lo sviluppo più efficaci sono quelli che hanno saputo combinare un'interazione diretta, attraverso gruppi di discussione e di mediazione, con le comunicazioni di massa, attraverso canali come Internet, radio, tv eccetera.

1.3. Le politiche della comunicazione per lo sviluppo degli enti pubblici internazionali

Dopo aver illustrato gli approcci ai progetti di sviluppo, passeremo brevemente in rassegna le istituzioni, soprattutto pubbliche (le agenzie dell'Onu) ma anche private, che hanno inserito nei loro programmi l'utilizzo della comunicazione nell'ambito internazionale degli aiuti allo sviluppo.

Come abbiamo già affermato in precedenza, la comunicazione per lo sviluppo definisce una disciplina e un campo di ricerca in cui predominano le agenzie

⁴⁸Un esempio di intervento che ha utilizzato l'integrazione di vari approcci venne applicato in Brasile per incoraggiare la diffusione della pratica dell'allattamento materno, attraverso l'unione di tecniche di marketing e mobilitazione sociale. L'esito del programma, che raggiunse un incremento significativo di neonati allattati al seno e la conseguente riduzione della mortalità infantile, fu il frutto da un lato dall'azione di ministri, medici e nutrizionisti che collaborarono in piani per stimolare questo comportamento a livello nazionale e locale fra i loro impiegati, membri e altre istituzioni associate. A livello di piccoli gruppi, le madri venivano formate a questo proposito e l'allattamento venne promosso attraverso studenti universitari, la chiesa o altri gruppi volontari. Vedi a questo proposito Waisbord, S. 2001, op. citata.

pubbliche internazionali, con l'eccezione di alcuni enti privati che collaborano con queste ultime. Da un lato, è di buon auspicio che gli organismi di coordinamento e di direzione nell'ambito della cooperazione internazionale si siano responsabilizzati da subito, data la giovinezza del campo di applicazione, sull'evoluzione e la riflessione su queste tematiche. Dall'altro però, resta da verificare quanto questa presa di posizione sia il frutto di una decisione ragionata e consapevole del ruolo delle agenzie stesse sulla propria capacità di indirizzare le politiche globali della cooperazione allo sviluppo, e quanto invece si tratti dell'urgenza di dover ricoprire un vuoto creato dalla mancanza di interesse o di competenza degli altri soggetti operanti, come gli stati nazionali, gli enti regionali, le Ong.

FAO (Food and Agriculture Organization)

La Fao, la cui sede principale è a Roma (con un ufficio distaccato a New York), è stata una delle prime agenzie ad introdurre la comunicazione nelle tematiche di sviluppo. Nel 1969 ha patrocinato la prima *UN Development Support Communications Unit*, che oggi è ridotta ad un asse tematico (denominato comunicazione per lo sviluppo) sviluppato e gestito dalla *Research and Extension Unit*, all'interno del *Natural Resources Management and Environment Department*. La priorità di questa divisione è il supporto delle politiche di comunicazione per lo sviluppo dei paesi membri della Fao, attraverso l'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, delle strategie e degli approcci mass mediatici, applicati ai settori agricoli:

La NRR fornisce consulenza e assistenza tecnica alle nazioni appartenenti alla FAO e ad altre agenzie clienti per l'identificazione le necessità di comunicazione a supporto dello sviluppo agricolo e rurale, e nell'applicazione di strategie di comunicazione innovative ed efficaci in funzione dei costi per specifici destinatari. La consulenza tecnica viene rivolta all'elaborazione di politiche di comunicazione, metodologie, approcci multimediali e messaggi adeguati. La formazione riguarda tanto le tecniche di comunicazione e i processi di partecipazione essenziali per

*attività di comunicazione strategiche dirette alle necessità di specifici destinatari e il monitoraggio e valutazione dei risultati e dell'impatto della comunicazione.*⁴⁹

La FAO fornisce quindi assistenza ai propri membri nell'identificazione delle necessità di comunicazione degli stati che ne richiedono i servizi e nello sviluppo di politiche, metodologie e approcci di comunicazione adeguati. La formazione è centrale nella politica della Fao, specialmente centrata sull'acquisizione delle competenze necessarie per l'applicazione del modello partecipativo, attraverso strategie mirate ai bisogni specifici dei destinatari e degli strumenti di monitoraggio e valutazione. Nella pagina web della FAO si possono trovare e scaricare gratuitamente documenti e pubblicazioni sulla comunicazione per lo sviluppo, riguardanti progetti specifici o manuali pratici di *know-how*, basati su progetti realizzati. Nel settembre del 2004 ha ospitato la IX *Roundtable on Communications for Development* sul tema dello Sviluppo Sostenibile, e dal 25 al 27 ottobre 2006 ha organizzato il Primo Congresso Mondiale sulla Comunicazione per lo Sviluppo, che ha visto la partecipazione di più di 500 rappresentanti di organizzazioni, enti, centri di ricerca e di università.

In generale, a parte la già citata preferenza per le politiche di formazione e consulenza, la FAO, essendo stata pioniera del settore, continua a insistere molto sull'uso della radio come il mezzo di comunicazione di massa più utile in ambito rurale, e ad investire in progetti che ne prevedono l'applicazione.

http://www.fao.org/nr/com/com_en.htm

ITU (International Telecommunication Union)

Situata a Ginevra (Svizzera), è l'agenzia delle Nazioni Unite attraverso la quale tanto i governi nazionali quanto gli enti privati coordinano le reti di telecomunicazioni e informazioni globali e i servizi relativi, per lo sviluppo delle nuove tecnologie di comunicazione. Da più di cento anni, l'ITU lavora all'espansione globale delle ICT: ha coadiuvato, con le imprese private di servizi,

⁴⁹Estratto dal sito della Fao http://www.fao.org/nr/com/com_en.htm.

l'espansione di Internet e della telefonia cellulare, e attualmente dirige la costruzione delle infrastrutture globali di telecomunicazioni, attraverso un sistema multimediale avanzato che integra voci, dati, e segnali audio-video.

Fra le altre attività, l'ITU fornisce assistenza ai paesi in via di sviluppo nel rapportarsi al settore delle telecomunicazioni ed eventualmente ad incoraggiare le politiche di implementazione delle nuove tecnologie, così come promuove lo scambio di materiale, risorse umane e finanziarie per allargare a più paesi possibili l'accesso a queste risorse. Fra le *mission* dell'ITU c'è anche la promozione dell'uso dei sistemi di telecomunicazione per la pace. Nel 2002 e nel 2005 ha promosso i primi due *World Summit on Information Society* (Ginevra 2003 e Tunisi 2005), nei quali si è discusso dello stato mondiale dell'informazione, a cui hanno partecipato rappresentanti pubblici, Ong, università e specialisti del settore. E' da notare che i rappresentanti della società civile, nei documenti finali di consigli e suggerimenti alla luce di quanto emerso durante i congressi, si sono mostrati molto critici sui lavori e sui rapporti finali, in quanto focalizzati sull'espansione delle tecnologie come fini in sé senza una riflessione sugli impatti sulla società e sui contenuti divulgati.⁵⁰

<http://www.itu.int/net/home/index.aspx>

IFAD (International Fund for Agriculture and Development)

A parte alcune ricerche, ad oggi non si conoscono le linee di gestione della comunicazione per i propri progetti. Si propone però di sviluppare una propria strategia per la Comunicazione per lo Sviluppo, al fine di pilotare i progetti attuati e promuovendo la formazione su queste tematiche all'interno dell'organizzazione, che è stata presentata nella *X Interagency Roundtable on Communication for Development: Achieving the Millennium Development Goals*, che si è tenuta dal 12 al 14 febbraio 2007 ad Addis Abeba, Etiopia. Nonostante questa dichiarazione di intenzione, però, nel piano strategico dell'IFAD 2007-2010 non troviamo nessun riferimento specifico alla comunicazione.

⁵⁰Per approfondire queste osservazioni, si veda l'articolo di Martín Becerra, "Las políticas de info-comunicación ante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información", in *Quaderns del CAC*, n°21, Barcelona, 2005.

<http://www.ifad.org/>

UNDP (United Nations Development Programme)

Negli ultimi anni l'UNDP ha investito una parte rilevante delle proprie risorse nella comunicazione, in particolare nella formazione interna dei propri rappresentanti. Durante il meeting YOUNG LEADERS, promosso recentemente, ha incoraggiato i partecipanti allo scambio tanto interpersonale quanto mediato (Internet). Soprattutto, l'UNDP sta lavorando sulla promozione della governance democratica presso i governi degli stati membri dell'Onu, ritenuto uno strumento fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi del millennio. La comunicazione viene utilizzata per il processo di *institution building* nei paesi in via di sviluppo, in particolare rafforzando i sistemi legislativi ed elettorali degli stati, così come il rispetto dei diritti umani e la lotta alla povertà, obiettivi del millennio le cui probabilità di essere raggiunto, secondo l'UNDP, sono aumentate significativamente con l'instaurarsi dei meccanismi di *governance* democratica nei paesi più poveri. A questo scopo, l'UNDP utilizza gli strumenti dell'*advocacy*, la comunicazione per il cambiamento sociale e la comunicazione di supporto (informativa).

<http://www.undp.org>

UNEP (United Nations Environment Programme)

Agenzia internazionale dedicata alla protezione dell'ambiente e alla sostenibilità, l'UNEP promuove la tematica ambientale nelle politiche di sviluppo sostenibile, e in questo senso utilizza attivamente gli strumenti della comunicazione. Nel sito web è stata costruita a questo scopo una sezione, la *Creative Gallery on Sustainability Communications*, che raccoglie più di 40.000 testi pubblicitari, di vario tipo e supporto, sulle tematiche ambientali. Lo scopo della Galleria è incoraggiare una comunicazione più professionale e qualitativamente competitiva sulle tematiche della sostenibilità ambientale, e allo stesso tempo di promuovere e stimolare attività di ricerca, educazione e informazione sulle strategie di marketing, pubblicità e comunicazione di impresa che abbiano come scopo la salvaguardia del medio ambiente.

<http://www.unep.org/>

http://www.unep.fr/pc/sustain/advertising/ad/ad_list.asp?cat=all

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

L'UNESCO, con sede a Parigi, è l'agenzia Onu a cui competono maggiormente le tematiche della comunicazione e informazione. Ha promosso di conseguenza la maggior parte delle iniziative più rilevanti in questo senso, sostenendo vivacemente (e non senza polemiche) la "causa" della comunicazione per lo sviluppo. Alla base del suo approccio risiede l'Articolo 19 della Dichiarazione dei Diritti dell'Uomo, relativo alla libertà di stampa e di espressione: la strategia comunicativa dell'UNESCO è volta quindi alla promozione, supporto, formazione e *advocacy* politica per lo sviluppo e l'azione libera e indipendente dei mass media di e in tutte le aree del mondo. I progetti (più di 900 all'attivo) in questo senso sono molteplici, e riguardano la maggior parte dei modelli e le strategie della comunicazione, tanto interpersonale quanto mass mediatica, passando per le nuove tecnologie dell'Informazione.

L'*International Programme for the Development of Communication*, promosso dall'Unesco, è l'unico forum multilaterale all'interno del sistema delle Nazioni Unite il cui mandato fondamentale risiede nell'attività di supporto allo sviluppo dei mezzi di comunicazione di massa.

Nella propria pagina web ospita la sezione relative alle *Roundtables on Communications for Development* che dal 1996 costituiscono degli appuntamenti fissi, a cadenza biennale, per la riflessione sullo stato della disciplina della comunicazione per lo sviluppo.

Inoltre, è l'UNESCO che negli anni '70 accoglie la richiesta dei paesi non allineati di costituire il *New World Information and Communication Order*, (NOMIC: Nuovo Ordine Mondiale dell'Informazione e della Comunicazione), per promuovere la democratizzazione delle comunicazioni di massa e difendere i principi della governance. Nel 1980, venne pubblicato il cosiddetto Rapporto MacBride (il cui titolo originale è *One Voice, Multiple Cultures*), nel quale lo studio del sistema mondiale della comunicazione promosso dal NOMIC denunciò la concentrazione dei mass media, la commercializzazione della comunicazione e l'accesso

asimmetrico all'informazione e alla comunicazione come ostacoli fondamentali in questo senso. Sean MacBride (che fu premiato con il Nobel per la pace per questo lavoro) individuò delle soluzioni per la democratizzazione dei sistemi di informazione e comunicazione, per rafforzare i mass media locali dal rischio della dipendenza dall'esterno, affermando la necessità dell'indipendenza comunicativa e culturale (soprattutto contro lo strapotere mediatico degli Stati Uniti).

A seguito della pubblicazione del documento MacBride, gli Stati Uniti nel 1983 e la Gran Bretagna nel 1985, dopo aver accusato il rapporto di aver attaccato la libertà di stampa e il principio del libero flusso delle informazioni, abbandonarono per protesta l'UNESCO (che a causa della doppia defezione soffrì un taglio dei propri finanziamenti del 30%). Stati Uniti e Gran Bretagna si riconciliarono con l'UNESCO tornando a farne parte rispettivamente nel 2003 e nel 1997, dopo aver comunque conseguito il proprio scopo, dato che a causa della loro forte opposizione, e nonostante il resto dei paesi condividesse le conclusioni di MacBride, le attività del NOMIC si fermarono e vennero abbandonate. *One Voice, Multiple Cultures* rimane ancora oggi il testo più esaustivo sul diritto e sull'ordine mondiale della comunicazione.

www.unesco.org

UNICEF (United Nations International Children Fund)

Il focus dell'Organizzazione Mondiale per i diritti dell'Infanzia riguarda principalmente la dimensione partecipativa della comunicazione, specie nei programmi educativi attuati. In particolare, l'Ufficio Regionale per il Sud dell'Asia nel 2005 ha pubblicato un *working paper*, ad uso interno, sulle strategie di comunicazione per lo sviluppo, nel quale si illustrano gli elementi fondanti del nuovo paradigma e in cui si enfatizzano i modelli di cambiamento del comportamento, l'advocacy e la mobilitazione sociale specie per le campagne di vaccinazione e l'educazione delle adolescenti, focus dei principali progetti per lo sviluppo portati avanti dall'UNICEF:

<http://www.unicef.org/index.php>

Banca Mondiale

L'impegno della Banca Mondiale per la diffusione e la ricerca sulla comunicazione per lo sviluppo si è concentrata sulla formazione di unità specializzate da incorporare nei propri progetti e programmi, che fanno capo alla Divisione per la Comunicazione per lo Sviluppo dell'organismo stesso. La DevComm fornisce i seguenti servizi: consulenze sugli aspetti politici, sociali e culturali dei programmi strategici di comunicazione per la riduzione delle probabilità di insuccesso e la creazione del consenso sociale; indagini sull'opinione pubblica; formazione da parte dello staff della Banca Mondiale per l'applicazione delle strategie e dei modelli. Le aree di competenza di questa divisione sono: Capacity Building & Knowledge Management, Communications for Sustainable Development in Operations, Operational Communications Support e Client Surveys.

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTDEVCOMMENG/0,,menuPK:34000201~pagePK:34000189~piPK:34000199~theSitePK:423815,00.html>

UNFPA (United Nations Population Fund)

Ha ospitato la IX Roundtable on Communication for Development, che si è svolta nel 2001 in Nicaragua, patrocinata dall'UNFPA insieme al Panos Institute, alla Rockefeller Foundation e all'UNESCO, sul tema della comunicazione sull'AIDS⁵¹. L'esperienza principale dell'UNFPA in questo campo di azione è stata la campagna sulla prevenzione basata sulle strategie di promozione dell'uguaglianza di genere e i comportamenti sessuali sicuri, all'interno dei programmi di pianificazione familiare e riproduzione. Partendo dal presupposto che le convinzioni, i comportamenti e le attitudini verso questi aspetti si formano principalmente durante l'adolescenza, si è attuata una strategia volta a fomentare e incoraggiare i dibattiti e le discussioni sulla sessualità degli adolescenti e l'uguaglianza di genere; a supportare un maggior dispiego di servizi sanitari in questo senso; promuovendo l'uso del preservativo e in generale un

⁵¹ I progetti e le ricerche per la prevenzione e la riduzione del rischio di diffusione dell'HIV e la gestione sociale della malattia sono state pioniere nell'utilizzare l'approccio della comunicazione per problematiche relative allo sviluppo, e una guida per l'applicazione dei modelli del cambiamento del comportamento sociale. Si vedano in particolare le campagne portate avanti negli anni dall'Organizzazione Mondiale della Sanità e dall'UNAIDS.

comportamento sessuale sicuro. L'*advocacy* è stato il modello sotteso a tutte le azioni comunicative messe in atto da questo ente per la lotta alla diffusione del virus dell'AIDS, ma in altri programmi, e su altre tematiche, si applicano anche il modello comunicativo per il *behaviour change* (sociale e individuale) e per l'educazione.

www.unfpa.org

WHO (World Health Organization)

L'Organizzazione Mondiale della Sanità ha patrocinato innumerevoli campagne per la promozione della salute, ma nelle strategie che guidano questi progetti di comunicazione si evidenzia il predominio del paradigma della diffusione, in cui si comunica solo "a", non "con". Uno dei problemi all'introduzione di nuovi paradigmi e strategie, che potrebbero portare risultati più significativi e a breve termine, è la vasta rete di uffici locali di cui l'WHO è costituita, e di un ridottissimo numero di personale preparato sui temi di comunicazione.

www.who.org

1.4. Le politiche della comunicazione per lo sviluppo di alcuni enti privati

A quest'exkursus sulle attività e le strategie di comunicazione per lo sviluppo da parte dei principali enti internazionali aggiungiamo una breve descrizione di alcune organizzazioni private che distaccano dal resto per l'impegno e i risultati in questo ambito. Non a caso, tutte collaborano con istituzioni pubbliche, come supporto alla ricerca e nell'allestimento di eventi e meeting a tema.

PANOS INSTITUTE

Il Panos Institute è un ente con sede in Gran Bretagna, senza fini di lucro, che si dedica a mettere in grado i paesi in via di sviluppo e sottosviluppati di produrre, ricevere e diffondere informazione e di far sentire la propria opinione all'interno dei sistemi mondiali dell'informazione. Secondo la *mission* dell'ente, la comunicazione è uno strumento essenziale per il raggiungimento degli Obiettivi del Millennio volti a ridurre la povertà.

Attraverso l'organizzazione di dibattiti, conferenze, studi, ricerche, pubblicazioni, il Panos Institute cerca di diffondere il paradigma della comunicazione come strumento efficace e fondamentale per tutti gli interventi di cooperazione e di azione per lo sviluppo, soprattutto facendo opera di advocacy sui donatori e gli organismi politici. Allo scopo di incoraggiare l'impegno di professionisti e studiosi della comunicazione ad porre le proprie competenze al servizio della lotta ai problemi che affliggono i paesi più poveri e marginali. L'azione del Panos Institute non si rivolge solo agli organismi internazionali o ai paesi donatori, ma si svolge anche all'interno degli stati in cui si registra un vuoto mediatico, o in cui i mass media locali soccombono alle pressioni dei grandi gruppi globali: si supportano i canali di comunicazioni locali e si sostiene presso gli organi di potere l'idea dell'importanza della comunicazione e degli strumenti relativi per lo sviluppo interno.

Grazie all'impegno e all'azione di lunga data, il Panos Institute è un partner imprescindibile delle agenzie dell'Onu che stiamo descrivendo, infatti è presente e impegnato in prima linea in tutti i grandi eventi legati alla comunicazione per lo sviluppo⁵².

www.panos.org

IICD- INTERNATIONAL INSTITUTE FOR COMMUNICATION AND DEVELOPMENT

L'ICCD è una organizzazione no profit con sede a L'Aia (Paesi Bassi), indipendente, fondata nel 1996 dal Ministro per la Cooperazione allo Sviluppo, per assistere i paesi in via di sviluppo nell'autodeterminazione del processo attraverso gli strumenti e il potenziale delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Attualmente, gli approcci strategici per la realizzazione della propria mission sono: i *Country Programmes*, con i quali si agisce nel paese destinatario per raggruppare le organizzazioni locali in un'unica azione e rafforzare

⁵²Nel World Congress on Communication for Development svoltosi a Roma nell'ottobre 2006, il Panos Institute è stato l'incaricato di registrare tutte le sessioni e le tavole di discussione, e di curare la pubblicazione del report di tutte le attività congressuali.

le istituzioni locali nella formulazione ed esecuzione delle politiche per lo sviluppo delle tecnologie dell'informazione; i *Thematic Networks*, che mettono in rete soggetti nazionali e internazionali che lavorano in aree simili, allo scopo di connettere conoscenze locali e globali, promuovendo gli scambi fra Nord e Sud del mondo.

<http://www.iicd.org/>

1.5. Le roundtable dell'ONU

Come abbiamo anticipato descrivendo le attività dell'UNESCO, dalla fine degli anni '80 le agenzie dell'Onu si riuniscono in Roundtable dedicate alla Comunicazione per lo Sviluppo, per discutere sul ruolo e le pratiche della comunicazione nell'ambito della cooperazione allo sviluppo.

La necessità di fissare un appuntamento biennale che riunisse gli organismi transnazionali maggiormente impegnati nella ricerca e nell'applicazione della comunicazione alle tematiche di relativa competenza (agricoltura, sanità, ambiente eccetera) va fatta risalire da un lato al disaccordo sul significato e l'applicazione della disciplina, dall'altro alla mancanza di comunicazione fra le agenzie stesse, ognuna all'oscuro delle politiche seguite dalle altre. Per ovviare a questi ostacoli, che impedivano il progresso di un campo di provata utilità per la soluzione dei problemi dei paesi più poveri, nel 1994 si costituì la *Joint Inspection Unit*, nominata dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite, allo scopo di monitorare il lavoro delle agenzie e di integrarlo attraverso attività di consulenza. Le conclusioni della JIU furono le seguenti:

- le agenzie Onu dovevano assumersi la responsabilità di fornire le linee guida delle strategie di comunicazione per lo sviluppo, e allo stesso tempo di partecipare alla realizzazione delle stesse;

- la necessità di un forum di discussione e scambio su questa tematica;

L'*International Programme for the Development of Communication* dell'UNESCO venne incaricato di mobilitare le azioni e le risorse delle altre agenzie, coinvolgendo enti bi-multilaterali, Ong, fondazioni private e università per supportare la comunicazione nei paesi sottosviluppati.

In seguito a queste raccomandazioni, l'Assemblea Generale dell'Onu votò la risoluzione che instaurava la cadenza biennale delle Roundtable sulla Comunicazione, sotto il patrocinio a rotazione di una delle agenzie partner. Nel 1996, su iniziativa dell'Unesco, l'Assemblea generale dell'Onu adottò la risoluzione sulla "comunicazione per lo sviluppo", nella quale si sottolinea:

*il bisogno di supportare sistemi di comunicazione bilaterali che facilitino il dialogo e permettano alle comunità di parlare, esprimendo le proprie aspirazioni e problemi e partecipando nelle decisioni relative al proprio sviluppo. L'Assemblea generale ha riconosciuto l'importanza per gli attori coinvolti, i politici e i funzionari di attribuire un valore crescente alla comunicazione per lo sviluppo e lo ha incoraggiati ad includerla come un componente effettivo nei progetti e nei programmi di sviluppo.*⁵³

Ogni Roundtable è focalizzata su un tema specifico, e dal 1996 le quattro agenzie che ne hanno ospitato i lavori sono state l'UNESCO (Zimbabwe, 1996, sulla comunicazione per lo sviluppo rurale), UNICEF (Brasile, 1998, dedicata a cambiamento sociale e sviluppo), UNFPA (Nicaragua, 2001, sull'AIDS), FAO (Italia, 2004, sullo sviluppo sostenibile) e di nuovo l'UNESCO (Etiopia, 2007, sugli obiettivi del millennio). Durante queste riunioni, si è andata radicando l'idea della comunicazione come mezzo, non come fine a sé stesso. Il postulato di base è che tutti i popoli hanno gli stessi diritti di accesso alla conoscenza e alla cultura, e ad esprimere la propria opinione sui temi sociali che li riguardano, a prescindere dal proprio grado di alfabetizzazione o dal prodotto interno lordo del proprio paese.

La libertà di espressione, sancita dall'articolo 19 della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, oltre ad essere il principio guida per tutte le azioni e gli interventi in ambito comunicativo, è anche il pre-requisito essenziale per la partecipazione ai processi stessi di comunicazione, attraverso i quali si arriva a far adottare nuovi comportamenti e attitudini ai popoli che rafforzano il cammino verso il processo

⁵³<http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php->

URL_ID=21347&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

democratico. Per questo, l'indipendenza e la libertà dei mass media sono elementi fondamentali per la lotta ai problemi del sottosviluppo.

Capitolo 2. La comunicazione dello sviluppo: un nuovo paradigma all'interno del campo di studi sulla cooperazione internazionale

Dopo aver contestualizzato l'ambito disciplinare di riferimento per la nostra ricerca e individuato gli attori e gli ambiti di applicazione, insieme ai paradigmi più recenti, ci apprestiamo in questo capitolo a collocare dal punto di vista teorico il nostro lavoro, che nasce dall'area di studi relativa alla cooperazione internazionale che abbiamo descritto nel primo capitolo per discostarsene in quanto a contenuti e quadro teorico e metodologico di riferimento, come vedremo ampiamente anche nel capitolo 3.

2.1. Dalla comunicazione “per” alla comunicazione “di”

Nel primo capitolo abbiamo sintetizzato il panorama generale dell'approccio comunicativo della cooperazione allo sviluppo, attraverso una breve storia delle principali teorie e modelli. La comunicazione è stata finora utilizzata, all'interno dei progetti e degli interventi di cooperazione internazionale, come strumento alla pari di altri (provenienti dai campi della politica, dell'agricoltura, dell'ingegneria, dell'antropologia ecc.), per il raggiungimento di obiettivi definiti dalle politiche di aiuto allo sviluppo.

Le agenzie dell'Onu, riunite nell'*International Programme for the Development of Communication*⁵⁴, forum di coordinamento sulle iniziative per il supporto della comunicazione nei contesti di sviluppo, che ogni due anni si riunisce per dare vita alle *roundtables*, di cui abbiamo già accennato nel paragrafo 1.5, ad oggi costituiscono il punto di riferimento principale ed universalmente accettato di quello che negli ultimi venti anni si è costituito come un campo di studi a sé stante, denominato comunicazione *per* lo sviluppo (*communication for development*). Ci sembra importante sottolineare la preposizione “per” (*for* in inglese), in quanto risulta specialmente emblematica al momento di spiegare, lo spostamento del paradigma teorico che proponiamo di adottare in questa ricerca, che si discosta dalla definizione strumentale della comunicazione per approfondire l'aspetto della riflessività, senza negare ovviamente la coesistenza di entrambe.

⁵⁴ Per riferirci agli organismi internazionali, così come a concetti propri del paradigma della cooperazione, utilizzeremo spesso i termini e le sigle della lingua inglese, così come sono usati nel gergo professionale.

Con il nostro lavoro proponiamo un passaggio o un ampliamento del campo di studi: dalla comunicazione *per* lo sviluppo alla comunicazione *dello* sviluppo, come oggetto di studio alternativo, e allo stesso tempo complementare, alle ricerche esistenti sulla comunicazione nella cooperazione internazionale.

Proponiamo quindi un approccio “riflessivo” in questo ambito, spostando lo studio teorico e analitico dagli obiettivi di sviluppo alla cooperazione in sé, ai suoi processi e alle sue azioni, comunicative e discorsive, definite come “testi” dalla metodologia sociosemiotica che rappresenta il nostro quadro metodologico di riferimento.

Come abbiamo visto nel capitolo precedente, ad oggi l’incursione nel campo della cooperazione internazionale allo sviluppo da parte di studi e analisi comunicativi ha riguardato quasi esclusivamente l’applicazione degli strumenti (tanto pratici quanto teorici) della comunicazione, allo scopo di coadiuvare modalità più tradizionali di aiuti allo sviluppo. Tanto i singoli progetti degli organismi internazionali (Fao, Unesco, Undp, Unaid ecc.) quanto le campagne di comunicazione degli stessi, sono finora stati oggetto di una riflessione che ha messo al centro il contributo della diffusione dell’uso, produzione e consumo delle comunicazioni di massa (che comprende cinema, televisione, stampa, radio, Internet), della comunicazione interpersonale e dell’*information technology* nei paesi in via di sviluppo, destinatari delle azioni dei paesi sviluppati e delle Ong. Da un lato, i mass media sono considerati come un indice significativo di sviluppo e di democrazia, e pertanto molti degli interventi in questo senso sono destinati alla creazione e alla salvaguardia di soggetti indipendenti e autonomi, che facciano da portavoce della cittadinanza o quantomeno espressione dei poteri locali, specie in contesti di guerra e dittatura⁵⁵. Dall’altro, invertendo la relazione di consequenzialità, i mass media, nei paesi sottosviluppati, praticamente esclusi dalla rivoluzione informatica e tecnologica registrata nei paesi sviluppati, che ha investito tutti gli ambiti, pubblici e privati, possono contribuire allo sviluppo economico, politico e sociale delle popolazioni al margine del nostro mondo mediatizzato.

⁵⁵Si veda in questo senso l’azione dell’Inter Press Service, www.ipsnoticias.net, agenzia di informazione internazionale attiva in più di 100 paesi sottosviluppati e in via di sviluppo. Fra gli obiettivi dell’IPS, la diffusione di notizie provenienti dal terzo mondo e il miglioramento delle loro strutture di comunicazione e informazione, attraverso la formazione di giornalisti, la creazione di agenzie locali e il supporto professionale e tecnico.

Parte dei progetti di comunicazione per lo sviluppo, tanto procedenti dalle Ong quanto dagli enti pubblici, sono stati diretti alla riduzione del cosiddetto *technological gap*⁵⁶, cercando di implementare nei paesi del terzo e quarto mondo i servizi di telecomunicazione⁵⁷ (principalmente diffondendo l'accesso a Internet, ma anche potenziando la rete delle stazioni radiofoniche e di telefonia mobile).

Un altro filone di applicazione della comunicazione nell'ambito cooperativo internazionale si è invece sviluppato a partire dalla focalizzazione sui contenuti, nata dalla riflessione sull'importanza, sia da un punto di vista didattico-informativo che da un punto di vista formativo-partecipativo, della realizzazione di prodotti per il consumo di massa. Da qui è nata tutta una serie di progetti il cui obiettivo finale è stata l'ideazione e la realizzazione di programmi televisivi, radiofonici, documentari e video, opere teatrali⁵⁸, a cui hanno partecipato tanto i paesi donanti che le popolazioni nei propri contesti di sottosviluppo.

Inoltre, i contenuti degli stessi mezzi di comunicazione di massa (soprattutto attraverso l'uso e lo sfruttamento delle immagini, del linguaggio audiovisivo), come programmi televisivi, pubblicità, video, cd rom, sono stati utilizzati per informare, sensibilizzare e in certi casi educare su certi aspetti e comportamenti a rischio delle popolazioni sottosviluppate⁵⁹. Alla base di questi interventi sussiste la convinzione dell'efficacia della comunicazione audiovisiva e delle strategie narrative legate a generi come la fiction, la pubblicità, il serial tv, di maggiore

⁵⁶Per approfondire la tematica del *technological gap*, si veda l'International Communication Union, l'agenzia delle Nazioni Unite attraverso la quale tanto i governi nazionali quanto gli enti privati coordinano le reti di telecomunicazioni e informazioni globali e i servizi relativi, per lo sviluppo delle nuove tecnologie di comunicazione. www.itu.org.

⁵⁷Si veda per esempio il progetto Gyandoot ("ambasciatore della conoscenza" in indi), iniziato dalla Fao nel 2000 nel Dhar, nel distretto di Madya Pradesh, India, nel quale sono stati formati giovani disoccupati per l'apertura e la gestione di chioschi Internet, che si sono trasformati in punti di informazione indispensabili per gli agricoltori della zona e in centri di interazione sociale e di partecipazione della comunità rurale.

⁵⁸Nel capitolo 1 abbiamo classificato questo tipo di iniziative come *edutainment*.

⁵⁹Emblematico in questo senso il progetto *Soul City* (realizzato in Sudafrica grazie alla partecipazione di vari enti, fra cui la Unione Europea e l'Unicef), un programma radiofonico e televisivo costruito attorno ad una città immaginaria, Soul City, in cui i personaggi si ritrovano con problemi relativi alla salute, alla gestione familiare, all'educazione, al lavoro, drammatizzati e risolti nella finzione. Partito come esperimento di propaganda contro la diffusione dell'AIDS e la prevenzione di comportamenti a rischio, Soul City si è trasformato negli anni in un successo mediatico, attraverso il quale sono stati affrontate e risolte le tematiche più urgenti per la popolazione locale.

impatto ed efficienza rispetto a contenuti e strumenti più tradizionali⁶⁰ come la stampa o la radio.

Bisogna aggiungere però che dagli anni novanta si è registrato uno spostamento della prospettiva e della relazione fra i soggetti coinvolti in questo tipo di comunicazione; come abbiamo già segnalato, dal paradigma della diffusione si è passati a quello della partecipazione (*participatory development*⁶¹). Gli studi su comunicazione e sviluppo, come segnala Jo Ellen Fair⁶², pubblicati a partire dalla seconda metà degli anni ottanta, hanno iniziato a suggerire la necessità di un orientamento di ricerca maggiormente politico, insieme ad una metodologia marcatamente partecipativa. Il paradigma della partecipazione non è affatto nuovo, come segnala Jan Servaes⁶³, dal punto di vista della sua applicazione, ma per anni è rimasto minoritario in ambito accademico:

La comunicazione partecipativa non è nuova. È stata messa in pratica e promossa da molti decenni in una varietà di campi. Ha ricevuto un'attenzione considerabile nei paesi industrializzati nell'educazione per adulti, nello sviluppo della comunità e nella comunicazione per lo sviluppo, ed ha raggiunto una crescente visibilità internazionale nei campi della sociologia e dell'antropologia. Alcune organizzazioni internazionali hanno fatto della comunicazione partecipativa e della ricerca una componente principale dei progetti di sviluppo. Istituzioni universitarie in America Latina, Asia e Africa hanno prodotto collezioni di teorie, metodologie e casi studiati. Tuttavia [...] la comunicazione partecipativa e la ricerca per il cambio sociale hanno avuto un profilo piuttosto basso, specialmente nel nord. Venivano spesso giudicate come forme di attivismo o di ideologia piuttosto che appartenenti alla comunità accademica, dato che la ricerca contemporanea è basata per lo più su

⁶⁰Per una rassegna di questi progetti si veda il sito dell'UNESCO, www.unesco.org.

⁶¹Per un panorama sintetico e completo su questo tipo di approccio, si veda "Participatory Communication" in *The Journal of International Communication*, 7:2, 2001.

⁶²Fair, J. E. "29 years of theory and research on media and development: the dominant paradigm impact", *Gazette*, 44, 1989, e Fair, J. E., Shah, H., "Continuity and discontinuity in communication development research since 1958", *Journal of International Communication*, 4:2, 1997.

⁶³Servaes, J., "Participatory communication (research) for social change: old new challenges" in *The journal of International Communication*, 7:2, 2001

assiomi positivisti. [...]Nella comunicazione partecipativa, tuttavia, si afferma che l'obiettività non è altro che intersoggettività, fatta di principi e parametri che le persone arrivano a concordare.

Dalla metà degli anni novanta, grazie al lavoro di diversi autori e professionisti, la comunicazione partecipativa si è andata affrancando dal ruolo minoritario nella ricerca nei contesti di sviluppo, nella convinzione che si tratti di un paradigma fondamentale per l'emancipazione dei paesi sottosviluppati:

L'autentica partecipazione riguarda direttamente il potere e la sua distribuzione nella società. La partecipazione include una divisione più ugualitaria del potere politico ed economico, che spesso diminuisce a vantaggio di certi gruppi. Il cambiamento strutturale riguarda la redistribuzione del potere. Nell'area delle comunicazioni di massa, molti esperti di comunicazione concordano sul fatto che dovrebbe avvenire prima un cambio strutturale per stabilire politiche di comunicazione partecipativa.⁶⁴

Attualmente, in accordo a questo paradigma partecipativo, nel campo delle ricerche su comunicazione e sviluppo si è assistito quindi ad uno spostamento dall'emittente al destinatario⁶⁵ (iniziamo ad introdurre termini e concetti specifici del nostro approccio metodologico, che descriveremo nel capitolo 3), attraverso un orientamento che enfatizza non tanto la trasmissione dell'informazione quanto la sua interpretazione e significazione, insieme alla rappresentazione stessa del significato e dei soggetti dell'enunciazione in atto nei discorsi e nei processi sociali (come vedremo in seguito). Parallelamente a questo cambiamento nella ricerca e negli studi di riflessione teorica, si è sviluppata una tipologia di progetti di comunicazione per lo sviluppo nei quali si è cercato di riflettere la volontà dei destinatari di "parlare con la propria voce"⁶⁶, promuovendo il valore dell'identità

⁶⁴Servaes, J. op. cit. pag. 12.

⁶⁵Per la definizione e la terminologia relativa ai concetti di autore e destinatario, si veda Pozzato, M. P., *Semiotica del testo*, Roma, Meltemi, 2001.

⁶⁶L'espressione è mutuata da Freire, P. *Pedagogy of oppressed*, New York, Continuum, 1983.

culturale delle comunità locali e la democratizzazione della partecipazione ai vari livelli, internazionale, nazionale, locale e individuale⁶⁷.

Infine, si è assistito ad un proliferare di iniziative che potremmo definire di “spettacolarizzazione” allo scopo di informare e diffondere tematiche concernenti aiuti umanitari e sviluppo, dirette però non ai destinatari degli interventi, quanto a destinatari appartenenti al contesto di provenienza e pianificazione degli aiuti, cioè al pubblico dei paesi sviluppati. I cittadini del primo mondo si sono ritrovati ad essere i destinatari di una comunicazione rivolta a diffondere iniziative, eventi, pubblicazioni e pubblicità incentrati sui problemi che affliggono i paesi sottosviluppati e in via di sviluppo, sulla drammaticità delle condizioni di vita e anche sulle azioni che cercano di porvi rimedio. Tanto le Ong quanto gli enti pubblici negli ultimi anni si sono sommati alla corrente (o moda), iniziata nel settore privato⁶⁸, della nuova auge della comunicazione come chiave e strumento fondamentale di successo. Stiamo quindi assistendo a tutta una serie di atti pubblici ed eventi, come conferenze, congressi, seminari, mostre e pellicole cinematografiche cinematografiche, esposizioni artistiche, di reportage e fotografie, sul tema dell'aiuto umanitario, i diritti umani, le emergenze di vario genere e drammaticità⁶⁹.

Sembra quindi che, anche nella cooperazione internazionale, come in altri ambiti, la comunicazione sia passata ad essere considerata un elemento indispensabile e ineludibile in qualsiasi intervento o progetto, come segnalavamo all'inizio della ricerca. Se prima era ad appannaggio esclusivo, o quasi, di pochi grandi organismi internazionali pubblici e privati, che con le loro campagne pubblicitarie e di raccolta fondi popolano da tempo la scena mediatica (soprattutto nei periodi natalizi o in

⁶⁷I programmi del *Communication for Development Group* della FAO sono stati pionieri in questo senso, applicando il paradigma della partecipazione per lo sviluppo dell'agricoltura e dei settori affini nei paesi in via di sviluppo.

⁶⁸Più che iniziata sarebbe più corretto dire riscoperta, in quanto storicamente sono stati gli stati nazionali totalitari ad utilizzare la pubblicità e la propaganda per i propri scopi, e a ritenere il controllo della cultura fondamentale per l'assoggettamento popolare.

⁶⁹Citiamo, come esempi, il film dedicato a Medicos Sin Fronteras in Spagna, *Los invisibles*, prodotto da Javier Bardem in cui partecipano 5 dei migliori registi spagnoli, ognuno dei quali incentrato su uno dei tanti problemi dei paesi sottosviluppati. Sempre nella cinematografia, ricordiamo i film *Blood Diamonds*, con Leonardo Di Caprio (sul commercio dei diamanti in Africa), *The Constant Gardener* (sulla cooperazione in Africa e le case farmaceutiche), con Ralph Fiennes, *Hotel Rwanda*, con Don Cheadle. Tra i vari eventi, ricordiamo la rete degli *Human Rights Nights International Film Festival* che si organizzano ormai a livello mondiale, celebrando in varie città del mondo festival cinematografici dedicati ai diritti umani.

situazioni di emergenza), oggi i processi comunicativi e discorsivi sono considerati fondamentali per tutti i soggetti coinvolti.

Questa esplosione è da mettere in relazione anche con il proliferare di soggetti che, tanto a livello pubblico quanto privato, hanno iniziato ad intervenire in questo campo. Per concentrarci sempre sulle istituzioni pubbliche, in Italia, per esempio, a partire dal 2000 le regioni, grazie ad una legge nazionale, possono intraprendere in prima persona le proprie attività e i propri progetti di cooperazione, anche se sempre formalmente all'interno della politica del Ministero degli esteri, che rimane l'unico soggetto competente per tutto ciò che riguarda le relazioni internazionali. Tuttavia, a seguito della legge 12 del 2001, gli enti locali (regioni, province e comuni, secondo il principio di sussidiarietà⁷⁰) sono stati formalmente autorizzati ad attuare una sorta di "politica estera regionale" (pur con le limitazioni dovute al fatto che la politica estera rimane comunque prerogativa dello stato). Hanno iniziato quindi a porsi come soggetti autonomi nell'ambito della cooperazione allo sviluppo (che si inizia a definire quindi come decentrata) agendo singolarmente o con protocolli di intesa, ma comunque per la prima volta affacciandosi direttamente sullo scenario internazionale. E la loro azione si è fatta tanto più autonoma e rilevante, continuando con il caso italiano, per l'indiscutibile ritardo e inadeguatezza delle azioni del Ministero degli Esteri e della Direzione Generale della Cooperazione allo Sviluppo⁷¹.

In ogni caso, a livello generale, ci troviamo di fronte ad una situazione in cui i soggetti che sono entrati come attori e protagonisti nella scena della cooperazione (sia decentrata che di emergenza) si sono moltiplicati, e con essi le pratiche, i discorsi, e le azioni comunicative.

Ancora una volta, ci sembra importante sottolineare come gli stessi soggetti, stati, regioni, Ong, associazioni di volontariato, abbiano acquisito la consapevolezza che, come per qualsiasi organizzazione o impresa, l'aspetto comunicativo è parte integrante del processo di azione, e come tale va curato costantemente.

⁷⁰La sussidiarietà stabilisce la distribuzione delle competenze tra lo stato e le autonomie locali, ai quali si lasciano non solo le competenze giuridiche od i diritti di iniziativa ma anche i mezzi finanziari ed amministrativi necessari all'organizzazione ed all'esercizio concreto di questa facoltà.

⁷¹Vedi a questo proposito i rapporti annuali del collettivo Sbilanciamoci, relativi allo stato della cooperazione italiana, uno dei pochi testi critici che cercano di riflettere sullo stato della cooperazione a livello di sistema nazionale. In Internet, <http://www.sbilanciamoci.org/index.ph.p>

Semplificando, curare la propria immagine e le pubbliche relazioni, avere una buona brochure, dei manifesti accattivanti, un sito web funzionale, sono azioni che fanno parte della routine lavorativa per la maggior parte dei soggetti operanti in questo campo. La comunicazione su Internet e i siti web in particolare, nell'ultimo decennio si sono consolidati come strumenti indispensabili, tanto più per gli enti che operano in un ambito internazionale, per i quali rappresenta un mezzo di comunicazione rapido, efficiente ed economico.

Ci sembra quindi che la ricerca sulla comunicazione per lo sviluppo abbia avanzato velocemente negli ultimi anni, ma vista la crescita esponenziale delle attività in questo settore, i temi da approfondire rimangono ancora tanti. Come spiegheremo in seguito, con il nostro lavoro proponiamo un contributo a questo campo di studi, che speriamo ponga perlomeno delle questioni interessanti da trattare in futuro, con un approccio che abbiamo voluto descrivere come un passaggio dalla comunicazione per lo sviluppo alla comunicazione dello sviluppo.

2.2. La comunicazione della cooperazione: un approccio riflessivo-performativo

Attraverso il cambiamento della preposizione *per*, calco dell'inglese *for* (la maggior parte della letteratura esistente su questo tema è in inglese⁷², in cui si utilizzano i termini *communication for development*), con la preposizione *di*, vogliamo marcare lo spostamento dell'asse analitico e teorico per introdurre la nostra ricerca in questo ambito. Il nostro obiettivo non è negare l'importanza e il valore degli studi e delle ricerche precedenti, tutt'altro: per questo nella prima parte di questo capitolo abbiamo dedicato ampio spazio (anche se per ragioni di sintesi non siamo stati completamente esaustivi) alla descrizione del background esistente su cui andremo a posizionare il nostro lavoro.

Abbiamo classificato l'ambito da cui procedono gli studi su comunicazione e sviluppo sotto la denominazione comune di comunicazione per lo sviluppo; come abbiamo visto, vi abbiamo fatto rientrare una serie di attività eterogenee e distanti fra loro, dagli studi accademici alle applicazioni sul campo e agli eventi pubblici. Ci è sembrato opportuno presentarli da questo punto di vista perché il nostro

⁷²Per questo motivo, come sottolineato nella nota precedente, abbiamo lasciato molti termini in inglese, in quanto si tratta del gergo della cooperazione internazionale in cui prevalgono gli scambi in questa lingua.

obiettivo era (ed è) sottolineare la crescita dei testi e dei processi comunicativi, sia realizzati che studiati, applicati alla cooperazione internazionale, che abbiamo messo in relazione con l'aumento dei soggetti implicati e la moda mediatica raggiunta da questi argomenti che possiamo genericamente (anche se non precisamente) definire "umanitari".

Senza nulla togliere alla validità e l'importanza degli studi precedenti, che anzi sono stati fondamentali come punto di partenza e costituiscono comunque un punto di riferimento, con questa ricerca vorremmo tuttavia spostare il focus di analisi sull'aspetto riflessivo della comunicazione. Infatti, la preposizione "per/for" rimanda ad una relazione strumentale, all'aspetto comunicativo come mezzo per attuare sulla realtà, mentre "di" pone l'accento sul carattere inerente e riflessivo del processo di comunicazione. La comunicazione, di per sé, presenta sempre questo duplice aspetto: da un lato quello che abbiamo definito come strumentale, dall'altro quello intrinsecamente semiotico, inerente al linguaggio. Sono entrambi caratteri contingenti e necessari, ma in questo lavoro porremo l'accento sull'aspetto intrinseco di significato legato alla lingua. A questo proposito è interessante ricordare come nella teoria degli atti linguistici la comunicazione è coestensiva alla cooperazione, senza la quale non è possibile uno scambio linguistico che si possa definire come riuscito⁷³.

Oggetto del nostro studio quindi sarà la "comunicazione della comunicazione": cioè le attività di comunicazione che hanno per oggetto i progetti e le politiche di cooperazione internazionale e i discorsi che si creano attorno ad essa. Convinti della forza e dell'influenza (secondarie e non intenzionali?) della cooperazione come discorso politico e comunicativo in sé, il nostro scopo è analizzare i discorsi e i testi che vengono prodotti su di essa, che quindi, questa volta intenzionalmente, parlano su altri testi e discorsi, ad un livello superficiale.

Sintetizzando, si tratta di porre enfasi sull'insieme dei discorsi messi in atto dai soggetti, tanto all'esterno quanto all'interno delle proprie organizzazioni (e che ritroviamo nel sito web, nella sua funzione di mezzo di comunicazione interno ed esterno alle istituzioni), nel momento in cui comunicano le proprie attività, e nello

⁷³Grice parte dall'assunto che le persone coinvolte in una conversazione, o in uno scambio linguistico, non partono da un principio di divergenza, ma da un "principio di cooperazione": *conforma il tuo contributo conversazionale a quanto è richiesto, nel momento in cui avviene, dall'intento comune accettato o dalla direzione dello scambio verbale in cui sei impegnato*. In Grice, P. "Logica e conversazione" in Sbisà, M., (a cura di), *Gli atti linguistici*, Milano, Feltrinelli, 1978.

stesso tempo, la propria ideologia e le politiche sottese, che secondo il nostro punto di vista hanno lo status di atti comunicativi.

Concepiamo quindi la cooperazione internazionale allo sviluppo come un'azione, un atto comunicativo in sé, in quanto sottende un'ideologia, una scelta politica, un discorso su di sé e sui soggetti con cui si relaziona. Proseguiremo con questo discorso nel terzo capitolo, in cui affronteremo la metodologia e proporremo la nostra ipotesi di analisi.

Per approfondire questo momento riflessivo della comunicazione della cooperazione allo sviluppo, abbiamo scelto come oggetto di studio le istituzioni pubbliche, in particolare focalizzando l'analisi sugli enti pubblici nazionali, italiani e spagnoli.

Le motivazioni della scelta verranno spiegate in modo più approfondito nel paragrafo 3.2, per il momento basti accennare che da un lato, anche se sarebbe un lavoro estremamente interessante (che lasciamo magari per il proseguimento di questa ricerca), e forse più utile, allargare il lavoro includendo altro materiale con l'obiettivo di costruire una mappa (con tanto di database) di tutte le attività di comunicazione legate alla cooperazione internazionale, catalogando i progetti per tipologia, obiettivi e destinatari: si tratterebbe però di una ricerca meramente compilativa, mentre vorremmo avventurarci nella trattazione di questo tema con un carattere analitico, non entrando nell'aspetto strumentale di quest'ambito disciplinare.

Piuttosto, ci proponiamo di iniziare una riflessione teorica, partendo dagli spunti e dalle domande che sorgeranno con l'avanzare della ricerca, per approfondire questo livello, che colleghi l'analisi del testo con l'azione discorsiva e il suo impatto sulla realtà sociale, sulla struttura delle relazioni fra emittente e destinatario, sui valori trasmessi e sulla rappresentazione e la inevitabile costruzione dell'identità, nonché sull'impatto di un possibile immaginario collettivo della cooperazione internazionale.

Ci proponiamo quindi in questo capitolo di spiegare questo cambiamento, le motivazioni della scelta dell'oggetto di studi e le teorie di riferimento che abbiamo utilizzato e che ci hanno condotto su questa via.

2.2.1. Comunicazione e cooperazione: enti pubblici e discorso umanitario

Riprendendo quanto appena dichiarato, il nostro studio si situa nell'ambito dei discorsi e della comunicazione della cooperazione internazionale allo sviluppo, sotto cui convergono (lo vedremo nel dettaglio delle analisi dei siti web), almeno a livello semantico, gli aiuti umanitari, le emergenze, le iniziative di solidarietà. Come segnala P. Mesnard⁷⁴, "la rappresentazione umanitaria della vittima appartiene ai paesaggi mediatici e culturali del nostro tempo"⁷⁵. Anche se a priori non ci sentiamo di classificare, con l'autore, il ruolo dei destinatari degli aiuti come "vittime" (almeno non prima di aver concluso le nostre analisi), condividiamo però il suo punto di partenza: "l'umanitario", sotto cui genericamente si raggruppano emergenze, guerre, calamità naturali ma anche il sottosviluppo del III e IV mondo, che costituisce l'oggetto del nostro studio.

Abbiamo già accennato al proliferare, negli ultimi anni, di campagne pubblicitarie, film, documentari ed altri eventi mediatici dedicati a questi temi di drammatica attualità in diverse aree del mondo. Sarebbe ingenuo mettere in relazione questa improvvisa visibilità con una risvegliata consapevolezza, a livello di spazio e di coscienza pubblica, dell'estrema gravità di certe situazioni e della conseguente ondata di empatia e solidarietà pubbliche, perché la realtà è ben altra.

Nel mondo esistono attualmente circa 90 appelli per emergenze umanitarie⁷⁶, e semplicemente sfogliando i giornali possiamo renderci conto dello spazio minoritario che occupano nell'agenda mediatica. La loro presenza dipende quindi dalle modalità e da quali soggetti assumono la responsabilità della rappresentazione (concepita come atto performativo, come spiegheremo nel paragrafo 3.1) che contemporaneamente hanno la capacità di farla assurgere all'attenzione pubblica.

Philippe Mesnard indica Ong, giornalisti e pubblicitari come i principali agenti dell'enunciazione, capaci di articolare la dimensione umanitaria in produzioni

⁷⁴Mesnard, P., *Attualità della vittima*, Verona, Ombre Corte, 2004.

⁷⁵Mesnard, P., *ibidem*, pag. 11.,

⁷⁶Questi dato è tratto da www.reliefweb.int, portale dell'Onu dedicato all'informazione sulle emergenze e i disastri umanitari, veicolo di informazione indipendente per assistere specialmente la comunità umanitaria internazionale nell'assistenza delle emergenze, fornendo informazioni utili in tempo reale e allo stesso tempo enfatizzando la copertura informativa sulle innumerevoli emergenze dimenticate dalla maggior parte dei mezzi di comunicazione di massa.

discorsive. In particolare, l'autore individua nella "istituzionalizzazione mondiale" della partnership che lega Ong e contingenti militari impegnati nelle azioni umanitarie la causa principale del monopolio simbolico della rappresentazione dell'umanitario a livello mondiale⁷⁷:

*Oltre alla loro presenza nelle spedizioni umanitarie, i militari sono anche preposti a garantire la protezione delle ONG esposte ai saccheggi. Così in Afghanistan, nel 2001 e nel 2002, invece di proteggere le popolazioni, si è data priorità alla sicurezza dei convogli. La concreta necessità di portare aiuto alle popolazioni in difficoltà è passata così in secondo piano, rispetto alla necessità di stabilizzare le società [...]. In questo caso, l'umanitario è un rimedio alla politica. Con esso, non si tratta più solo di normalizzare a livello sociale una società, ma del suo funzionamento politico: in questo modo, l'umanitario diventa uno strumento diplomatico.*⁷⁸

Seguendo questa linea argomentativa, Mesnard afferma che gli organismi statali hanno delegato alle Ong e ai militari il ruolo di gestione dell'umanitario e della sua rappresentazione, ed è stato sostituito anche dagli organismi interstatali, come l'ECHO (Ufficio Umanitario della Commissione Europea), o l'Onu. Sollevato da questa responsabilità, in questo modo lo Stato ha mano libera per svolgere una funzione repressiva e di ordine pubblico, intervenendo militarmente quando necessario o opportuno. Allo stesso tempo, però, ed è su questo punto che la nostra ricerca si sofferma, come abbiamo scritto sopra, negli ultimi quindici anni si è registrato un aumento delle azioni dirette (e non solo come appaltatori di fondi) degli enti pubblici, nazionali e locali, nel campo della cooperazione allo sviluppo, che si sono messi in gioco a fianco del settore privato. Philippe Mesnard, citando Bourdieu, giunge alle seguenti conclusioni:

Così, quando Pierre Bourdieu sottolinea che ormai, "in perfetta conformità con la visione liberale, l'aiuto diretto [...] riduce la solidarietà

⁷⁷Mesnard, P., *ibidem*, pag. 65.

⁷⁸Mesnard, P., *ibidem*, pag. 65.

ad una semplice allocazione di risorse finanziarie [...] e mira unicamente a permettere di consumare (o incitare a consumare di più), si riconosce al tempo stesso il volto statale e quello non governativo dell'umanitario, le "politiche" degli aiuti diretti e indiretti, le bramosie pubbliche e private, ciascuna interessata, al pari delle altre, ad aprire nuovi mercati attraverso gli aiuti allo sviluppo, per poi cercare di assicurarsi l'esclusività di questi mercati. Gli interessi perseguiti, in particolare in Africa, dalle industrie agroalimentari americane, sostenute logisticamente dallo Stato e operanti dietro pretesti umanitari, rappresentano a questo proposito l'esempio più significativo e più disastroso.⁷⁹

Non è nostro scopo verificare la veridicità delle tesi di Mesnard sul vuoto simbolico dello Stato e sulle sue motivazioni, né se quello che l'autore definisce "l'umanitario" costituisca effettivamente un rimedio della politica e uno strumento diplomatico, come afferma. Il ruolo, la competizione rappresentativa e la leadership simbolica degli aiuti umanitari e la cooperazione allo sviluppo sarebbero un interessante oggetto di studio, ma quello che ci interessa in questo lavoro è che, di pari passo con le attività assunte nell'ambito della cooperazione allo sviluppo, l'istituzione pubblica non può trascurare la propria legittimazione sul piano della rappresentazione, e deve anch'essa coltivare la propria immagine, come lo stesso Mesnard ammette di seguito.

Quindi, più o meno intenzionalmente, attraverso il proprio coinvolgimento diretto e la scelta di intraprendere (a vari livelli) un'azione, sia essa di cooperazione diretta o indiretta, di aiuto, di coordinamento o di controllo, l'ente pubblico compie un'attività discorsiva, attraverso l'intervento, comunica la propria politica, la propria ideologia e i propri meccanismi di scelta e azione. Le quali vengono tradotte, ad un livello superficiale di diffusione e informazione necessarie ed obbligatorie (per i motivi di trasparenza e accessibilità della pubblica amministrazione), in pratiche e testi comunicativi (documenti interni, brochure, manifesti, siti web, cd rom, documentari, pubblicazioni eccetera) che a loro volta costruiscono un proprio discorso e un proprio universo di rappresentazione.

⁷⁹Mesnard, P. *Ibidem*, pag. 68.

Senza nessun giudizio o pregiudizio previo, qui ci proponiamo di analizzare l'aspetto riflessivo e performativo della comunicazione (quindi i discorsi e le rappresentazioni) della cooperazione internazionale, intesa nella sua accezione di aiuto allo sviluppo⁸⁰, dal punto di vista dei processi e degli atti comunicativi delle politiche intraprese dagli Stati (in particolare Italia e Spagna) e dagli enti locali (regioni e province italiane), senza per il momento soffermarci sul peso di queste azioni sull'immaginario collettivo costruito dai soggetti in gara per la supremazia del significato e dell'interpretazione degli stessi.

Ci interessa soprattutto sottolineare il valore performativo della comunicazione, il suo significato come azione discorsiva, che implica un ordine dialogico e dell'interazione, che fa riferimento ad un contesto comunicativo in atto, all'intersoggettività e all'interazione socioverbale che in esso si produce. Vogliamo approfondire i meccanismi e le strategie di questi discorsi, alla ricerca di possibili tipologie e modelli comunicativi della cooperazione allo sviluppo e dei valori ad essi sottostanti.

Per raggiungere l'obiettivo che ci siamo prefissi, abbiamo adottato un approccio metodologico, la sociosemiotica, perché siamo estremamente convinti e fiduciosi della validità e della funzionalità della semiotica del testo come strumento di analisi. Questa scelta non implica però la chiusura nei confini del testo, ci risulterebbe sterile e poco utile, per cui alle nostre analisi testuali aggiungeremo sempre delle considerazioni che sfociano fuori dal testo, con riferimento alle teorie dell'antropologia dello sviluppo e delle scienze politiche, soprattutto per non ridurre l'analisi ad un mero esercizio metodologico ma con l'ambizione di proporre un nuovo paradigma di studio della comunicazione per lo sviluppo, che include temi e problemi di carattere etico e politico. Gonzalo Abril descrive alla perfezione questo approccio metodologico, che condividiamo in pieno, chiamandolo "exoimmanentismo critico":

⁸⁰Non prenderemo in considerazione la rappresentazione delle emergenze, quanto gli aiuti allo sviluppo. Siamo coscienti della confusione terminologica fra cooperazione internazionale, aiuti umanitari, solidarietà internazionale eccetera, che segnaleremo anche nelle nostre analisi, per cui cercheremo di riferirci al nostro oggetto di studio come cooperazione internazionale allo sviluppo (soprattutto nella sua accezione "decentrata" che concerne il coinvolgimento degli enti locali), considerando come tale i progetti e le politiche messe in atto dagli enti pubblici, nazionali, internazionali e locali per lo sviluppo economico, sociale e culturale nelle varie aree del mondo.

*Come per gli stati, gli affari esterni al testo hanno sempre ripercussione sulle sue strutture e processi interni. Per iniziare, a causa delle operazioni di produzione ed interpretazione socioculturalmente determinate che li rendono effettivi, oltre ad apparire rappresentati sotto le forme enunciative dei punti di vista, le focalizzazioni, il modo di qualificare le azioni, il tempo e lo spazio, ecc. Per continuare, a causa dell'attualizzazione delle categorie, rappresentazioni e relazioni simboliche che ogni testo specifico produce, rimettendosi riflessivamente all'impalcatura simbolica della società, però senza mai prosciugare le possibilità di esprimerlo nella sua totalità. [...] La nostra posizione può denominarsi dell'exoimmanentismo critico, per il quale le pratiche sociali e quindi quelle discorsive rappresentano allo stesso tempo una parte interna ed esterna al testo.*⁸¹

2.2.2. Gli stati nazionali e gli enti locali come esempi di azioni pubbliche di cooperazione internazionale

Come abbiamo segnalato nel paragrafo 2.1. e ricordato in precedenza, il campo di azione della cooperazione internazionale allo sviluppo, sia in termini di interventi d'emergenza sia di cooperazione decentrata e di progetti guidati da una politica internazionale di aiuti umanitari, negli ultimi decenni ha assistito ad un aumento e ad un incremento sia di azioni che di soggetti, tanto nazionali e locali, quanto internazionali, tanto pubblici quanto privati. Nel criterio di scelta di un oggetto specifico di analisi per la nostra tesi, abbiamo optato per focalizzare l'attenzione sugli enti pubblici, perché l'approccio discorsivo da parte di questi soggetti presenta delle caratteristiche peculiari che vale la pena di sottolineare, come vedremo meglio nel paragrafo 3.2.

Per il momento, segnaliamo solo i seguenti punti. In primo luogo, una delle specificità è dovuta all'ambito pubblico: per cui da un lato la comunicazione si rivolge a diversi tipi di utenti (i cittadini-elettori, a quali deve render conto delle spese e delle attività in questo senso; i destinatari di queste azioni - i cooperati - nei paesi in via di sviluppo e i rispettivi governi di riferimento; gli altri enti con cui si trova a collaborare e/o a competere, o a finanziare; i mass media). In secondo

⁸¹ Abril, G., *Análisis crítico de los textos visuales*, Madrid, Editorial Síntesis, 2007, pag. 97.

luogo, essendo gli oggetti della comunicazione medesima progetti o comunque attività di cooperazione, si instaura implicitamente una relazione con i destinatari dei progetti e con gli interlocutori stranieri, che non si riduce solo ad un livello di scambio di informazioni di “contenuto” ma soprattutto (e spesso è una delle condizioni di effettiva riuscita del progetto) di valori, identità, ideologie da negoziare e interpretare.

L'esigenza comunicativa diventa urgente nel momento in cui si devono reperire finanziamenti, per i quali la concorrenza è tanto più numerosa quanti sono i soggetti che entrano nel settore, e si è chiamati a giustificare e rendere pubbliche le scelte di investimento, le proprie attività e risultati.

Inoltre, sia da un punto di vista di volume quantitativo che di forza e impatto mediatico, i progetti di cooperazione attuati dagli enti pubblici (internazionali, nazionali e locali) costituiscono la maggioranza rispetto alle azioni di Ong e altre associazioni. Lungi dal considerare irrilevanti gli interventi di questi ultimi, che spesso sono i veri assi portanti delle azioni di sviluppo, specie se decentrate, essi rimangono tuttavia assimilabili all'interno delle politiche pubbliche, per la semplice ragione che, specie in Europa, sono queste ultime a dettare il loro orientamento, con la concessione di finanziamenti e con le linee strategiche dei programmi.

Infine, e ci ricollegiamo al paragrafo successivo, l'analisi degli enti pubblici e delle loro politiche di attuazione ci permette di seguire la linea di ricerca della cooperazione come discorso comunicativo in cui si trovano iscritte le pratiche politiche, approfondendo in questo modo il discorso ideologico e le conseguenze sul piano simbolico di rappresentazione della società. Fra gli enti pubblici, abbiamo ristretto ulteriormente l'obiettivo concentrando la nostra attenzione sugli stati nazionali, in quanto, nonostante il contesto generale di globalizzazione e di confederazioni (l'Unione Europea), crediamo che il sistema degli stati nazione sia ben lungi dall'aver perso la propria rilevanza. Concordiamo quindi con David Held⁸² quando afferma che

Sotto vari aspetti politici e militari, gli stati continuano ad essere gli attori principali della scena internazionale: se ci sono altri attori che influiscono

⁸²Held, D. *Global Covenant. The democratic alternative to the Washington Consensus*, Cambridge, Polity Press, 2004, pag. 29.

sulla situazione politica ed economica a livello mondiale, il loro impatto continua ad essere registrato all'interno di un quadro ancora costituito e dominato dagli stati. Gli stati contano, e l'ordine mondiale continua ad essere conformato dai più potenti. Con questo non vogliano dire che la globalizzazione non abbia alterato la natura e la forma del potere politico: indubbiamente lo ha fatto. Tuttavia, non si è limitata a erodere o a scavalcare il potere degli stati, ma lo ha riformulato e riconfigurato. Tutto ciò ci conduce ad un panorama politico molto più complesso di quello che ipotizza che la globalizzazione supponga la morte dello stato moderno.

Accanto ad una ragione politico-economica della sopravvivenza dello stato-nazione alla globalizzazione, ne poniamo anche una culturale, ulteriormente pertinente al nostro oggetto di studio. Come segnala Gonzalo Abril⁸³

Le culture nazionali alle quali oggi si presenta come contrapposizione alla mondializzazione, non si sarebbero potute costituire senza l'appoggio di istituzioni e procedimenti di mediazione mondializzati: l'alfabetizzazione, la scolarizzazione, la produzione scientifica e artistica, la comparsa di una stampa scritta e in seguito delle altre industrie culturali, che hanno contribuito a normalizzare le lingue e le culture nazionali negli spazi giuridici degli stati moderni. In altre parole: più che una minaccia per gli stati moderni, la mondializzazione culturale è stata una condizione per la sua possibilità.

Coerentemente con questa visione, abbiamo scelto due stati-campione, simili per la loro posizione periferica all'interno delle decisioni politiche dell'Unione Europea (anche se con l'entrata dei nuovi membri si è creata un'ulteriore periferia, che ha spostato l'asse verso oriente) e per caratteristiche culturali, l'Italia e la Spagna. In entrambi i casi, la politica estera, di competenza del Ministero degli Esteri in Italia e del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación in Spagna, da cui

⁸³ Abril, G., *Cortar y pegar. La fragmentación visual en los orígenes del texto informativo*, Madrid, Catedra, 2003, pag. 46.

dipende la cooperazione (anche se in Spagna viene gestita da un organismo dipendente ma autonomo, l'Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, caratteristica strutturale che in sé riflette la maggiore rilevanza data alle attività di cooperazione), risulta nella pratica attuata anche a livello di enti locali, che in Italia sono le Regioni, le Province e i Comuni, e in Spagna le Comunidad Autonome, Provincias e Ayuntamientos.

Vista l'importanza e la rilevanza di Internet nello scenario delle comunicazioni di massa globali, abbiamo scelto di analizzare prima di tutto i siti web dei seguenti soggetti:

- Ministero degli esteri Italiano, Direzione Generale di Cooperazione allo Sviluppo
- AECID in Spagna
- Regioni italiane e province italiane⁸⁴

Seppur le analisi semiotiche incluse in questo lavoro si sono limitate ai siti web, nel corso di questi anni di ricerca dedicati alla cooperazione allo sviluppo abbiamo accumulato una serie di materiali che, seppur non entrino a far parte del corpus di analisi, inevitabilmente saranno riflessi nei risultati che proporremo. In questo senso, come apertura al contesto che caratterizza il nostro approccio metodologico, hanno influito particolarmente le immagini fotografiche, quella impiegate abbondantemente nei siti web ma anche in brochure, foglietti pubblicitari, pubblicazioni, utilizzate tanto da altri stati come da organismi internazionali e Ong. Ci soffermeremo maggiormente su questi aspetti, allargando l'oggetto di analisi, nelle conclusioni, come corollario alle nostre considerazioni che hanno la pretesa di gettare un'ipotesi sull'immaginario e sulle pratiche comunicative della cooperazione internazionale come uno spazio semiotico composto da pratiche discorsive e regimi enunciativi specifici, in cui le strategie comunicative assumono un peso rilevante a causa delle pratiche politiche ed ideologiche che si iscrivono in esse.

⁸⁴ Nel capitolo 4 specificheremo il corpus di analisi e i criteri che son stati usati nella selezione degli enti locali.

2.2.3. La natura comunicativa delle politiche culturali e di cooperazione degli enti pubblici

Dopo aver delineato nel paragrafo 2.2.1. la genesi e il punto di partenza della nostra ricerca, vogliamo specificare in questo paragrafo cosa intendiamo per comunicazione della cooperazione come strategie ed azioni politiche, spiegando e definendo in maniera più approfondita il quadro teorico su cui si basa la nostra ipotesi e conseguentemente la nostra metodologia di ricerca, a partire da alcuni riferimenti teorici.

Iniziamo dalla trattazione che Martín Barbero fa della comunicazione a partire dalla cultura⁸⁵. L'autore, utilizzando come contesto di studio l'America Latina, descrive l'evoluzione storica degli studi sulla comunicazione, che concordano con la nostra sintesi nel capitolo 1, per concludere con un movimento del sociale nella comunicazione, e lo spostamento di quest'ultima verso il processo.

Martín Barbero individua due problemi fondamentali che hanno accompagnato la riflessione teorica della comunicazione in America Latina:

*Il problema della “tappa ideologica”: tanto la focalizzazione sull’effetto (di stampo psicologico-comportamentista) quanto quella sul messaggio o testo (di stampo semiotico-strutturalista), finivano per far riferimento al senso immanente della comunicazione, imprigionato in essa. Di qui deriva la mescolanza fra comunicazione e denuncia, che si tradusse in una concezione strumentale dei mezzi di comunicazione di massa, che li privò dello spessore culturale e della materialità istituzionale, trasformandoli in un puro strumento di azione ideologica. Alla mercé dell’accezione morale a seconda della funzione: malefica se in mano a oligarchie reazionarie, benefica in mano al proletariato. Questa visione ideologizzante fu di ostacolo ad una indagine dei processi comunicativi in cui si prendesse in considerazione tanto i dominati quanto il conflitto in sé stesso, poiché in questa prospettiva le uniche tracce erano quelle dei dominatori.*⁸⁶

⁸⁵ Martín Barbero, J., *De los medios a las mediaciones*, Gili, 1987.

⁸⁶ Martín Barbero, J., op.cit., pag.220.

Non si considerava quindi la complessità del processo di comunicazione, per il quale nell'enunciazione si ritrovano i simulacri dei soggetti coinvolti (emittente e destinatario, autore e lettore, del messaggio o testo stesso). Si tratta pertanto di un'interpretazione incompleta, che condividiamo, e limitata e limitante.

Per quanto riguarda la nostra ricerca, invece, è proprio questo che ci interessa, la contrattazione per la definizione della propria identità, le condizioni del contratto di lettura (di cui parleremo più avanti) fra i soggetti, il conflitto per l'interpretazione della relazione e del significato della stessa, e del messaggio nel suo complesso, come somma dei processi di significazione che lo compongono. Per questo non è possibile fornire un'interpretazione univoca, ma delle sfumature a partire dello stesso schema enunciativo.

Allo stesso modo, il metodo derivante dalla teoria dell'informazione non soddisfa le nostre esigenze.⁸⁷

Facciamo nostra quest'affermazione dell'autore. Nonostante emani il fascino derivante dal "mito del positivismo", conseguenza del complesso di inferiorità scientifica che patiscono spesso i semiologi e gli studiosi dei processi culturali e comunicativi, per i quali l'appoggio di teorie matematiche rappresenta una garanzia di serietà al pari degli scientifici, il modello informativo taglia fuori dal proprio campo di studi i processi comunicativi:

Che invece ogni giorno occupano un posto più strategico nella nostra società, perché includono le questioni del potere, i comportamenti collettivi, i conflitti di interesse che si intrecciano in una lotta per informare, produrre, accumulare o diffondere informazione, quindi i processi di disinformazione e di controllo. Tagliando fuori dall'analisi le condizioni sociali della produzione del senso, il modello informazionale elimina la lotta per l'egemonia, per il discorso che articola il senso di una società.

Il nodo teorico del razionalismo informazionale viene al pettine soprattutto nella sua nozione di conoscenza, inteso come accumulo di informazione

⁸⁷ Martín Barbero, J., op. cit. pag.222.

*e sua classificazione. Con la conseguente tendenza a ridurre le contraddizioni come ambiguità, invece di considerarle come espressioni di conflitto.*⁸⁸

Per questo motivo abbiamo sentito la necessità di allargare il quadro teorico del nostro lavoro, proponendo un approccio in cui, insieme al testo, ritrovasse importanza un discorso politico, perché costituisce il legame, il *trait d'union* fra il testo e il contesto, fra il processo comunicativo e la pratica sociale, anche se questo significa sacrificare un punto di vista oggettivo e positivista, perché, come spiega chiaramente di nuovo Martín Barbero

*Il politico significa giustamente assumere la opacità del sociale come realtà conflittuale e mutante, che si realizza attraverso l'incremento della rete di mediazioni e della lotta per la costruzione del senso nella convivenza sociale.*⁸⁹

Il cambiamento del modello e delle relazioni politiche a livello internazionale e la globalizzazione, come nuova fase dello sviluppo del capitalismo, portano con sé un nuovo ruolo, decisivo, della comunicazione. È anche in questo ambito che si svolge la lotta, in un sistema internazionale e di compenetrazioni economiche (le multinazionali e le delocalizzazioni), sociali (i movimenti sociali globali, come il Social Forum, le lotte per i diritti umani ecc.) e politiche (gli enti intergovernamentali)⁹⁰, per la definizione e la rappresentazione della propria identità. Nel nostro caso, per gli enti nazionali e locali che si occupano di cooperazione internazionale, ipotizziamo una situazione complessa e contraddittoria a questo rispetto: perché riguarda la giustificazione e la produzione di senso a partire da un intervento attivo e volontario (non richiesto, a volte) da parte di stati nazionali su altri stati nazionali, la cui discriminante è da un lato economica (il sottosviluppo), dall'altro culturale, quindi entrano in gioco questioni di multiculturalità, di rispetto per le varie culture e della definizione stessa di sviluppo,

⁸⁸ Martín Barbero, J., op. cit., pag.223.

⁸⁹ Martín Barbero, J., op. cit., pag.224.

⁹⁰ Si veda a questo proposito il libro di David Held, *Un pacto global*, 2004.

nonché della negoziazione del ruolo degli uni e degli altri soggetti in questo processo.

Come abbiamo visto nel capitolo 1, nel campo della comunicazione per lo sviluppo, come si legge nei documenti redatti in occasione delle roundtables dell'Onu⁹¹, si sottolinea il superamento di una concezione "evoluzionista" dello sviluppo e del paradigma culturale, per abbracciare una definizione di sviluppo multiculturale e di relativismo negli scambi fra centro e periferia, concetti validi non tanto a livello globale quanto regionale e locale. Si concepisce lo sviluppo in quanto relativizzazione del contesto e soprattutto come rispetto dei molteplici aspetti della cultura, come elemento fondamentale per qualsiasi intervento nelle varie aree. Superata la convinzione di una soluzione oggettiva e univoca alle contraddizioni della società capitalista, come dichiara ancora Martín Barbero, la sfida che si trovano ad affrontare gli operatori della cooperazione allo sviluppo è elaborare possibili alternative e selezionare le linee di azione più adatte. Perciò, gli obiettivi della società si devono elaborare e decidere anche all'interno dei processi comunicativi, attraverso i quali, "si fa politica".

Qui si situa la motivazione di fondo che ci ha spinto a cercare di formulare un nuovo approccio agli studi sulla comunicazione per lo sviluppo, dove la linea politica è indissolubilmente legata alle azioni, e pertanto queste ultime acquistano la forza di discorsi con effetto sulla società, e nella comunicazione si riflette nella funzione performativa, che ci apprestiamo a studiare attraverso le analisi dei testi e delle pratiche iscritte in questi ultimi.

Assumere una prospettiva culturale della comunicazione, accettando il quadro teorico che qui si propone, può non solo essere di interesse, ma anche di utilità per la cooperazione internazionale allo sviluppo. Da un lato, con i risultati delle analisi e il confronto con le pratiche politiche e amministrative, possiamo stabilire un nesso fra la comunicazione verso l'esterno e l'ideazione di questa comunicazione, verificando la coerenza, le eventuali contraddizioni e le problematiche che emergono nei testi. Dall'altro lato, avere il controllo o perlomeno assumere la consapevolezza di questa relazione, risultante in un

⁹¹Confronta a questo proposito il *Communication for Development Roundtable Report, 2005. Focus on Sustainable Development*, FAO, 2005 e Servaes, J., *Approaches on Development Communication*, Parigi, UNESCO, 2002.

effetto comunicativo verso i destinatari, può diventare un punto di forza nella progettazione stessa e nella realizzazione degli interventi.

Sono noti infatti i problemi che derivano dall'azione imposta dall'esterno nei contesti di sottosviluppo, dove emergono problematiche relative alla costruzione di un rapporto di fiducia fra destinante e destinatario degli aiuti, di mediazione culturale, di effettività e di proseguimento di risultati nel lungo periodo. Se a livello di progettazione e strategia politiche si è in grado di prevedere queste questioni, attraverso l'impiego di professionisti della comunicazione o di personale preparato ad affrontarle nel momento in cui si implementa il progetto, l'efficacia dell'azione raggiunge un minor margine di errore. Il cambio che proponiamo parlando di comunicazione *dello* sviluppo concerne anche l'applicazione prima, durante e dopo i progetti, convinti che la comunicazione in queste varie fasi svolga un ruolo fondamentale, almeno tanto quanto a livello di politiche cooperative.

Non è pertinente in questa sede trattare nel dettaglio quest'aspetto, ci sembra però rilevante, per ancorare la ricerca che ci proponiamo, giustificare e spiegare il quadro teorico di riferimento, in cui si intrecciano e si completano le politiche culturali e di comunicazione, l'analisi sociosemiotica dei testi e dei processi e delle pratiche sociali.

Ancora, prendiamo in prestito le considerazioni di Martín Barbero, secondo il quale

Pensare i processi di comunicazione da una prospettiva culturale significa smettere di pensarli dalla disciplina e dai mass media, rompendo il rapporto con la sicurezza derivante dalla riduzione delle problematiche della comunicazione a partire dalle tecnologie.⁹²

Per giustificare questo punto di partenza teorico, che si delinea ambiziosamente come proposta di ricerca all'interno degli studi sulla comunicazione per lo sviluppo, abbiamo scelto come oggetto gli enti pubblici, nazionali e locali, in Italia e in Spagna, e la loro attività di comunicazione prodotta sulla cooperazione internazionale attraverso i propri siti web.

I motivi di questa scelta, del perché abbiamo lasciato fuori, per esempio, le Organizzazioni non governative, che a loro volta si stanno dando molto da fare da

⁹² Martín Barbero, J., op. cit., pag.227.

questo punto di vista, sia nella riflessione che nei progetti, è perché crediamo, con Martín Barbero, che le politiche pubbliche di comunicazione, specialmente se inquadrare all'interno di più ampie politiche culturali per lo sviluppo, hanno una responsabilità etica e politica, nonché simbolica e rappresentativa, nei confronti della cooperazione internazionale. A partire dai discorsi che gli enti pubblici costruiscono su questo tema, si ritrovano valori e ideologie che vengono trasmessi ai vari destinatari, sia che coincidano con i destinatari degli aiuti sia con altri interlocutori, come possono essere i cittadini, gli altri enti, le Ong ecc. Quella che abbiamo chiamato responsabilità, è allo stesso tempo una grande opportunità e una grande sfida, nella misura in cui le azioni discorsive hanno un effetto sulla realtà e sulla società:

Si apre così un dibattito ad un nuovo orizzonte di problemi, in cui si ridefiniscono tanto il senso della cultura come quello della politica, in cui la problematica della comunicazione non entra solo a titolo tematico e quantitativo (gli enormi interessi che muovono le imprese di comunicazione) ma anche a titolo qualitativo: nella ridefinizione della cultura è fondamentale la comprensione della sua natura comunicativa. Nel suo ruolo di produttore di significazione e non di mera circolazione dell'informazione, tanto il mittente come il ricevente collaborano alla produzione del senso⁹³.

Il nostro studio ha la pretesa di essere “scientifico”, per cui con questa premessa teorica non vogliamo dare dei giudizi a priori, perché abbiamo già ribadito la nostra fiducia nell'intersoggettività a scapito dell'oggettività, ma rispondere attraverso le analisi semiotiche, applicate al corpus selezionato (che descriveremo in seguito) costituito dai siti web, e dalle immagini, dai testi verbo-visivi che le strutture pubbliche italiane e spagnole utilizzano per diffondere e informare sulle proprie iniziative di cooperazione e aiuti umanitari. Pretendiamo di indagare i valori fondamentali (da un punto di vista semiotico, senza nessuna accezione etica), le ideologie (se esistono), le linee politiche inscritte nei testi, e confrontarle fra di loro.

⁹³Martín Barbero, op. citata., pag.228.

A partire dai risultati finali, trarremo le nostre conclusioni sullo stato della comunicazione della cooperazione allo sviluppo in Italia e in Spagna, per fornire un quadro il più possibile generale delle problematiche e dei temi principali e di proporre delle linee di approfondimento futuro, tanto sul piano teorico come su quello pratico.

II PARTE- METODOLOGIA DI ANALISI E RIFERIMENTI TEORICI

Capítulo 3. El sitio web como lugar de construcción de los discursos de la cooperación internacional al desarrollo. Un marco teórico y metodológico.

En este capítulo nos ocuparemos de la metodología de investigación y análisis que hemos decidido adoptar en nuestro acercamiento a los discursos y a las prácticas relativas a la cooperación internacional al desarrollo. Lo que nos interesa en este estudio, como hemos subrayado en los capítulos 1 y 2, no es tanto el uso de los instrumentos y de las intervenciones de matriz comunicativa en ámbito de ayuda humanitaria y en las relaciones internacionales en general⁹⁴, cuanto llevar a cabo un análisis sobre los discursos y las prácticas comunicativas de las instituciones públicas que trabajan en este mundo.

Partiendo de la premisa teórica de la reflexividad y performatividad de los textos y de los discursos, que definen las prácticas sociales como formas de construcción del sentido y de la significación, desarrollaremos nuestro estudio centrándonos en los nuevos medios de comunicación, especialmente en las páginas web, que nos parecen un territorio a través del que se está configurando una parte del espacio público relevante en la cultura comunicativa contemporánea. Considerado como un universo de objetos culturales, Internet se presenta como un modelo epistemológico, que ejemplificaremos más adelante utilizando el concepto de rizoma de Deleuze y Guattari, porque ha modificado (y modifica) continuamente nuestra forma de leer y escribir, de clasificar y recuperar informaciones y datos, de relacionarnos con y en comunidades en una plaza pública virtual.

Los sitios Web nos resultan un objeto de análisis pertinente por una parte por el cruce de discursos sociales que encontramos en este tipo de soportes, por otra parte por las prácticas culturales (nuevas y tradicionales) que permiten, y al final porque, como todo tipo de producto cultural, se inscriben en ellos relaciones de poder e ideologías, formatos informativos, relaciones de poder y reproducción de las ideologías dominantes.

Entre los sujetos que participan en la comunicación para el desarrollo (organismos internacionales, Ongd, consultoras, fundaciones privadas, movimientos sociales),

⁹⁴ Este enfoque es conocido como “comunicación para el desarrollo” (*communication for development*) y constituye una disciplina ya desarrollada y enmarcada en el ámbito de los estudios sobre la cooperación internacional, como hemos visto en los capítulos 1 y 2. Véase los estudios de Jan Servaes para una reflexión completa sobre este tema.

hemos decidido centrarnos en las Instituciones públicas nacionales (italianas y españolas, principalmente), porque nos interesaba el discurso de legitimación política de entidades que ejercen la gestión del poder otorgado por los ciudadanos que los han elegido democráticamente. Como instituciones públicas, tienen el deber⁹⁵ de presentar a la colectividad sus acciones en este ámbito, a informarla según los criterios de transparencia y accesibilidad a la administración pública, y al mismo tiempo mantener un grado de satisfacción de los ciudadanos, mantenerse coherentes con los valores y las acciones declarados en sus programas políticos y en sus principios ideológicos⁹⁶. Además, desde un punto de vista simbólico, a nuestra forma de ver participan activamente en la construcción de un imaginario colectivo, sembrando las huellas de los valores éticos y de los hábitos culturales y sociales de la comunidad.

La peculiaridad de los temas relativos a la cooperación internacional y a la ayuda humanitaria en general (veremos que existen indecisiones en la misma definición del campo de intervención y de sus definiciones operativas) es que las instituciones públicas compiten con otros sujetos (que hemos citado anteriormente, pero en este caso se trata principalmente de ONGD, pero también

⁹⁵Hablamos del deber otorgado por leyes que obligan a la transparencia y la accesibilidad de la administración pública, de las que hablaremos en relación a los sitios Web, y en general de los proclamas a la claridad y al diálogo entre sujetos políticos-públicos y los ciudadanos-electores que se han convertidos en valores (proclamados, de hecho, y no siempre respetados) de los discursos políticos en la escena política actual. Siendo conscientes de que se trata de principios y promesas que no siempre, o mejor rara vez, se cumplen.

⁹⁶A este propósito una lectura interesante es la investigación llevada a cabo por J.M. Toledano, J. Guimaraes, C. Illán y V. Farber y publicada en *Buenas prácticas en la cooperación para el desarrollo*, Madrid, Los libros de la Catarata, 2008. Los autores destacan que los gobernantes, en virtud de un mecanismo de elección democrática que supone la posibilidad de cambiarlos en el caso de que no cumplan con las necesidades y exigencias de los electores, se deban someterse a mecanismos de rendición de cuentas. Este concepto clave, traducido del inglés *accountability*, designa el conjunto de derechos y responsabilidades existentes entre los ciudadanos y las instituciones, que incluye tres dimensiones importantes: el derecho de la ciudadanía a obtener respuesta por parte de las instituciones (obligatoriedad de la rendición de cuentas); la capacidad para asegurar la ejecución de las acciones y para sancionar en el caso contrario (exigibilidad); la valoración que hacen los ciudadanos a las instituciones, a demostración de que el mandado se haya cumplido o no (evaluabilidad). Para nuestra investigación nos interesa la rendición de cuentas política de las instituciones frente a los ciudadanos/electores, que no es exigible por ley pero sí de acuerdo a las prácticas políticas de las sociedades que analizaremos a través de los sitios web, en las que es costumbre definir un programa electoral a difundir a los electores para que, a parte los fines inmediatos de propaganda, ellos puedan averiguar, una vez elegidos, si las promesas se hayan o no cumplido. En el capítulo 5 dedicado al sitio web de la Aecid veremos como el sistema de cooperación español utiliza varios mecanismos de rendición de cuentas, internos a la misma administración y externos.

la sociedad civil y las instituciones religiosas, la Iglesia Católica en particular) que históricamente, por el papel desarrollado como fautores principales de las intervenciones en los países subdesarrollados o en vías de desarrollo, han marcado también el territorio de la comunicación, de las simbologías y de las ideologías dominantes. Inevitablemente, actuando en un marco ya fuertemente medido con valores morales, los discursos de la comunicación pública influyen y están influidos por las acciones de los sujetos existentes (y a nuestro aviso detentores del poder, a nivel ideológico).

A través de los instrumentos proporcionados por la teoría semiótica, relativa a los nuevos medios de comunicación de masas y en particular a los textos visuales, dedicaremos especial atención a los textos verbo-visuales, a las representaciones visuales y estéticas empleadas en el espacio internáutico, por la importancia y el valor del lenguaje visual en nuestra cultura contemporánea.

Nuestra perspectiva metodológica tratará de volver atrás en el camino de la generación del sentido y de la significación de los actos comunicativos hasta llegar a las ideologías y a los valores profundos. Partiendo de la ontología de los sitios web, describiremos las características que los definen como objeto cultural, especialmente en relación con las instituciones públicas. Explicaremos de forma más explícita nuestra elección, describiendo conceptos fundamentales de la comunicación pública y política, relacionándola con las teorías sobre textos, discursos y prácticas sociales. Al final, ilustraremos las herramientas de la semiótica que utilizaremos en nuestros análisis, relativos a la corriente estructuralista y greimasiana ampliándola para adecuarla al contexto de un análisis del discurso que tenga en cuenta la interlocución y las prácticas de lectura de los sujetos-usuarios (la dimensión enunciativa).

3.1. Textos, discursos y prácticas sociales

Antes de seguir en la descripción de nuestro estudio de carácter semiótico, nos parece fundamental reflexionar sobre el concepto de discurso. Queremos subrayar de esta forma nuestro punto de partida teórico y nuestro horizonte metodológico, a través de la definición de acción discursiva y de práctica social del lenguaje, de cualquier tipo de lenguaje, como forma, contenido y uso-consumo que trasciende la actividad individual.

En este sentido, el discurso es un acto o conjunto de actos comunicativos realizado por medios verbales o no verbales, que traspasa entonces su ejecución lingüística, integrando registros semióticos heterogéneos⁹⁷. Es un texto, considerado en sus múltiples expresiones y funciones, pero sobre todo nos interesa como acción, que remite al orden de la interacción.

Por un lado, esto significa considerar el discurso en su performatividad, como actuación en el mundo, a través del cual los sujetos pueden intervenir sobre la realidad, sobre otros sujetos y las modalidades de representación. Por otro lado, implica una relación bidireccional entre acciones discursivas y estructura social, en el sentido que los discursos se forman y varían según la situación y el contexto social y mass mediático de producción y difusión, dónde se generan y por quién (clase social, institución, educación, hábitos etc.). Al mismo tiempo, son los discursos que constituyen la sociedad, siguiendo en este sentido la teoría de Foucault sobre la formación discursiva de los objetos, sujetos y conceptos (especialmente en los trabajos recopilados en *Las palabras y las cosas* y en *Arqueología del saber*).

Como subraya Fairclough, la acción discursiva que acabamos de describir, se transforma en una modalidad de práctica política e ideológica:

El discurso como práctica social establece, mantiene y transforma las relaciones de poder y las entidades colectivas (clases, comunidades, grupos). El discurso como práctica ideológica constituye, naturaliza, mantiene y transforma los significados del mundo a partir de las diferentes posiciones en las relaciones de poder. La práctica política e ideológica no es independiente la una de la otra, porque la ideología es constituida por los significados generados en las relaciones de poder como dimensión del ejercicio y en la lucha para el mismo. El discurso como práctica política no es solo una lucha de poder, sino un marco que

⁹⁷Extraemos nuestra noción de discurso haciendo referencia principalmente a Gonzalo Abril, "La acción discursiva", in Lozano, J., Peña-Marín, C., Abril, G., *Análisis del discurso*, Madrid, Cátedra, 1982.

*lo delimita: la práctica discursiva recurre a convenciones que naturalizan las relaciones de poder, las particulares ideologías y las convicciones*⁹⁸.

El discurso se construye entonces como práctica no solo de representación del mundo, cuanto de construcción y constitución del mismo mundo en significado, en el proceso de significación.

Recuperando la definición de práctica discursiva que hemos citado de Fairclough, Abril⁹⁹ la precisa como actividad comunicativa que se especifica en momentos y contextos de emisión/producción, circulación/distribución y recepción/consumo, entre ellos estrictamente relacionados¹⁰⁰. El nivel de esta práctica es microsociológico, se refiere a procesos de enunciación, interpretación y acción reflexiva. Al mismo tiempo, la práctica discursiva se traslada entonces a un nivel macro sociológico que concierne el conjunto de actividades y esferas económicas, políticas, tecnológicas y culturales, que forman el contexto real de implantación del discurso.

Para nuestra hipótesis de estudio sobre la cooperación internacional desde un punto de vista de la reflexión comunicativa, nos parece oportuno especificar nuestra concepción del discurso, entendido como reflejo de la estructura social (en nuestro caso, de la institución pública y de las políticas generadas) y como creación de la misma y de su capacidad de transformación. Con la adopción de este enfoque queremos resaltar la complejidad de nuestro objeto de análisis, los sitios web de la cooperación internacional, y justificar nuestra proposición de una metodología que supere un enfoque estrictamente estructuralista que nos resulta limitado, especie por los nuevos medios de comunicación de masas.

⁹⁸Fairclough, N. *Discurso y mudança social*, Brasília, UNB, 1992, pag. 94 (traducción nuestra).

⁹⁹Abril, G., *Análisis crítico de textos visuales*, Madrid, Editorial Síntesis, 2007.

¹⁰⁰Como ejemplo de su definición, Abril propone un texto escolar de enseñanza de la Historia, que analizado como práctica discursiva remite al conjunto de los discursos didácticos, con sus géneros, reglas, estrategias y juegos de roles institucionales y comunicativos entre profesores y alumnos. Los emplazamientos enunciativos se pueden reconocer a lo largo del texto a través de propiedades como la forma de hablar del docente que revela una auto atribución de competencia y una presunción de ignorancia del enunciatario/alumno, que es obligado a aceptar la determinación del saber pertinente efectuada por el enunciator/profesor (Abril, 2007, pag. 90, ob. cit.).

La comunicación de las instituciones públicas sobre sus actividades en ámbito humanitario, si se constituye de discursos, adquiere una función doble (y una doble utilidad también): por una parte, a través del análisis nos enfrentamos a una representación dialéctica de la realidad, de las relaciones entre sujetos, de la lucha por la construcción de la misma realidad y su interpretación, por los valores y las ideologías. Por otra parte, partiendo del mismo contexto y de las características sociales, culturales y políticas de los sujetos que se envuelven en los procesos de comunicación, podemos intentar establecer las relaciones existentes entre los textos y los procesos que los han producido, identificando las dinámicas, las líneas guías y los problemas relativos. Al mismo tiempo, podemos medir la portada de la acción discursiva que hemos descrito, como impacto sobre los parámetros interpretativos de la colectividad, sobre la formación de las creencias y en la imagen de la cooperación. Y sobre las potencialidades de transformación de la estructura de relación entre los sujetos-países (cooperantes y destinatarios de las ayudas), los sujetos de la cooperación (instituciones públicas y ONGD) y de reapropiación del discurso sobre el desarrollo por parte de los varios participantes y destinatarios de las acciones de comunicación.

Por medio de nuestro trabajo, nos proponemos investigar la doble modalidad de comunicación de la cooperación internacional como discurso sobre sí misma que es al mismo tiempo expresión de una práctica política y de una práctica ideológica.

Eligiendo como objeto de análisis el discurso entendido como práctica, nos proponemos situar este trabajo dentro de la investigación de la semiótica actual, donde el análisis por lo que el discurso expresa y manifiesta (de forma abierta o latente) ha dejado paso a lo que hace a través de la expresión y la manifestación. De acuerdo a esta interpretación del discurso, el proceso de recepción es una actividad interpretativa a todos los efectos, que se diferencia según parámetros sociales, individuales e culturales, y sobretodo, en la posibilidad de resistencia y cambio.

Esta función activa del receptor y la centralidad del proceso de recepción, decodificación e interpretación por parte del destinatario de la comunicación, ha cambiado radicalmente las investigaciones en el campo de la comunicación, gracias a la contribución de autores y obras que han rescatado el enunciatario como actor principal en el intercambio de actos comunicativos, y no solo como

simple espectador¹⁰¹. Como señala Foucault¹⁰², a través de los discursos no solo se traducen, sino que se negocian los roles y los sistemas de poder.

No nos compete, en este trabajo que pretende quedar en un ámbito de análisis semiótico del discurso, considerar los actores y los sujetos desde un punto de vista de las intenciones y de las características individuales. Los consideraremos en sus funciones comunicativas, en un territorio de acción en un sistema político público, que permanecen en el centro de nuestros análisis, definidos a partir de sus roles (actantes y actores, que definiremos semióticamente en el apartado dedicado a la metodología) en relación a sus acciones, así que no constituyen un punto de partida cuanto de llegada. Nuestro interés científico permanece centrado en el análisis de la significación, de la producción del sentido, como proceso que se realiza a partir de los textos, donde emergen e interactúan los sujetos¹⁰³. En el apartado que dedicaremos a la metodología, sintetizaremos los fundamentos del análisis semiótico que vamos a emplear, recalcando sobre los conceptos de texto, acción discursiva y estrategias enunciativas, dedicándonos especialmente en su aplicación a los textos verbosuales y a los sitios web.

Esto no significa encerrarse hacia los aportes a las teorías del discurso por parte de las diferentes disciplinas (filosofía del lenguaje, sociolingüística, antropología, para nombrar las más cercanas a un trabajo que pretende unir cooperación y comunicación), pero al mismo tiempo queremos recordar nuestra preferencia y convicción de la validez del análisis del texto, siempre y cuando esto no signifique excluir lo que hay en sus alrededores.

Los rasgos culturales y las prácticas de la información y comunicación que encontraremos a partir del análisis de los sitios web de las instituciones públicas que tratan de cooperación internacional, representan un material extremadamente útil para nosotros. A través de su estudio nos encontramos con las mediaciones y las mediatizaciones (y remediatización, como veremos más adelante) que forman

¹⁰¹Véase obras como la de Hall, S., "Encoding/decoding in Television Discourse", in Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., Willis, P., Culture, media, language, Londres, Hutchinson, 1980 o Grandi, R., I mass media fra tra testo e contesto, Roma, Lupetti, 2001.

¹⁰²Foucault, M., *L'archeologie du savoir*, Parigi, Gallimard, 1969.

¹⁰³Véase Lozano, J., Peña-Marín, C., Abril, G., obra citada, 1982, pág. 248.

parte del universo simbólico y ético sobre el que reposan tanto las políticas de ayuda internacional como las elecciones mismas de unas prácticas discursivas en vez de otras, y su organización:

Si no de mestizaje, la cultura de masas supone, análogamente, un territorio de hegemonía y de sincretismo entre culturas de clase diversas. En el plano económico la instauración de la primera prensa de masas en Europa y en América supuso el lanzamiento de un nuevo y potente sector industrial, y por lo tanto el inicio de la industrialización de la cultura. Pero a la vez, en el plano político discursivo significó el logro de un compromiso estratégico: el proletariado urbano lector de la prensa popular fue integrado en el sistema mediante una nueva y doble identidad de ciudadano y consumidor [...] asimiló con mayor o menor entusiasmo la identidad nacional y los proyectos nacionalistas de la burguesía [...]. Así, los valores, creencias y placeres populares fueron a la vez rescatados por la cultura masiva y resemantizados o traducidos al conformismo¹⁰⁴.

Gonzalo Abril, en el fragmento citado, trata de colocar los dispositivos hegemónicos de las comunicaciones de masas, y de los sistemas de la información en particular, en un proceso histórico de evolución cultural estrictamente relacionado con el desarrollo económico liberal y capitalista, poniendo énfasis en que los sincretismos modernos, las transcodificaciones, los mestizajes en los nuevos medios de comunicación no son otra cosa que el resultado del prolongamiento de un dispositivo hegemónico que ha sido la base de la que llama la “simbología de la mundialización”. Nos parece especialmente útil esta referencia porque, siguiendo con el autor, anticipa la difusión de unos “marcos de conmensurabilidad”, unos “settings” dentro de los que se construyen (o constriñen) los objetos culturales contemporáneos, y que según Abril se traducen en tres diferentes tipos de homologación (espacio-temporal, semiótica y cognitiva y del imaginario social). Estas homologaciones, adelantando los

¹⁰⁴Abril, G., 2003, ob.cit., pág. 47.

resultados de nuestros análisis (que describiremos en el cap. 4) se ajustan perfectamente al escenario propuesto por los nuevos medios de comunicación y por los sitios web en particular, como reproductores de ideologías y esquemas dominantes, y, desde un punto de vista de la forma, reproducen la fragmentación (asimilable a la modularidad que identificaremos en el apartado 3.3. como una de las características principales de los sitios web) de los contenidos, del espacio-tiempo y sobre todo del universo visual propuesto¹⁰⁵.

3.2. La comunicación de la cooperación internacional al desarrollo entre lo público y lo político

Después de haber hecho referencia al concepto de discurso para definir nuestro objeto de análisis y antes de pasar a las nuevas tecnologías y a las características de los textos-hipertextos, en este apartado queremos reducir ulteriormente el género y los temas de comunicación a los que nos estamos aproximando. Hemos adelantado que nos referiremos a los sitios Web y a las imágenes visuales en ellos contenidas, promovidos por instituciones públicas, la Agencia Española de Cooperación Internacional en España y los portales regionales y provinciales italianos (añadiremos alguna referencia también a Organización No Gubernamentales para el Desarrollo y a organismos internacionales, sobre todo en las conclusiones). Y, en este grupo, los que se centran en temas relacionados con la cooperación al desarrollo, ayuda humanitaria y solidaridad internacional y

¹⁰⁵ Adelantando parcialmente los resultados del análisis y las conclusiones, podemos decir que los sitios web que hemos visitados a lo largo de nuestra investigación presentan algunos rasgos asimilables a las tres tipologías de homologación propuestas por Abril. Por ejemplo, la metáfora espacial del mapa, que a nivel de organización del sitio web se traduce en parte estructural del mismo sitio, a través del apartado “mapa” presente en todos los sitios, y que refleja una forma mental acostumbrada a relacionar geográficamente una estructura lógica de una forma totalmente cultural (¿porqué por ejemplo no utilizar un árbol?), en cuanto asociamos el mapa a un instrumento de búsqueda o de representación de un lugar, y en este sentido funcional a representar el sitio web (función de representación) y útil a que el usuario pueda encontrar el apartado que busca (función instrumental). A nivel de homologación temporal, la obsesión por la fecha y la hora, que por ejemplo encontramos en la pantalla de Windows, o el calendario. Como ejemplo de la homologación semiótica, podemos citar el utilizzo del genero del periódico de información, utilizado como modelo de algunos sitios, o la misma metáfora del escritorio. O también la forma de agrupar los apartados, como la identificación del remitente del sitio (¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos?) o la misma forma de organización de los contenidos y visualización de las páginas, que suponen una forma de lectura de arriba abajo y de izquierda a la derecha. Nos remitimos a los análisis para la ejemplificación de la estandarización de los imaginarios, especialmente los relacionados con la cooperación al desarrollo, porque constituyen un elemento central de nuestros resultados.

social¹⁰⁶. Estamos entonces en un ámbito de comunicación institucional, y por lo tanto pública, y queremos añadir algún comentario al respecto, para definir ulteriormente el género comunicativo al centro de nuestro estudio.

Como afirma Roberto Grandi¹⁰⁷, todavía no existe un completo acuerdo entre los estudiosos sobre la definición de comunicación pública, y el significado que hay que atribuirle. El autor adopta entonces la definición siguiente: “[la comunicación pública es] *el conjunto de los procesos de comunicación caracterizados por los objetos, de interés público, en vez que por los sujetos*”. A partir de allí, el autor afirma que los sujetos de la comunicación pública pueden ser tanto las instituciones públicas cuanto las privadas. Por ejemplo, los partidos políticos así como muchas asociaciones pertenecientes a la sociedad civil, producen prácticas discursivas sobre temas de interés general, aunque evidentemente lo que distingue los planos son las intenciones, y la obligatoriedad o la voluntariedad de enfrentarse a estos géneros de discursos. Esta situación se confirma con mayor fuerza aún para los temas que tratamos, cooperación, ayuda, solidaridad internacional, puesto que, como evidenciaremos más adelante, las instituciones públicas han dejado el campo abierto a las intervenciones de otros actores y el espacio simbólico público ha sido ocupado por organizaciones privadas, como las Ongd y otros movimientos procedentes de la sociedad civil, aunque siguen ejerciendo un control y una función de autoridad en materia. Al mismo tiempo, los temas tratados, especialmente cuando se habla de ámbito internacional, no dejan de ser de interés general, puesto que por un lado, tanto en el caso italiano como en el español que examinaremos, la política internacional es de competencia estrictamente nacional e institucional, según las leyes vigentes, y por otro lado, porque conciernen las relaciones internacionales con contrapartes estatales y a su

¹⁰⁶En un principio nuestro corpus de análisis se centraba solo en la cooperación internacional al desarrollo, pero a lo largo de la investigación nos encontramos con que, especialmente para las instituciones públicas, esta temática iba acompañada o a veces considerada en el mismo plano que la solidaridad social, la gestión de situación de crisis y de emergencia internacional, e incluido temas de paz, derechos humanos etc. Veremos en el capítulo 4, cuando afrontaremos los resultados de la investigación, como la distinción o la unión de ámbitos con otros son significativas para detectar objetivos y valores de la comunicación misma.

¹⁰⁷Grandi, R. *La comunicazione pubblica. Teorie, casi, profili normativi*, Roma, Carocci Editore, 2001.

vez institucionales, aún cuando se trata de cooperación descentrada, que en la práctica relaciona gobiernos locales de un país y otro.

Nos enfrentamos entonces a una situación en la que la cooperación internacional se configura como objeto de interés general, pero gestionado por sujetos tanto públicos como privados. En el caso español e italiano, la financiación de los proyectos es por mayoría pública (estados y Unión Europea), mientras la ejecución es delegada. Y, finalmente, las intenciones primarias y oficiales que han movido y mueven la cooperación internacional se centran en la solidaridad con los países y los pueblos menos favorecidos, menos “desarrollados”, en nombre de unos ideales de bien común, de derecho de condiciones de vida dignas para cada ser humano independientemente de su localización en el mapa, y de sentimientos/valores de humanidad y caridad.

Nos parece útil, para añadir factores a tener en cuenta en nuestro estudio, hacer unos comentarios sobre la clasificación que Grandi propone de los ámbitos de la comunicación pública, distinguiéndolos en comunicación de la institución pública, la comunicación de solidaridad social y la comunicación política. Como hemos comentado antes, el autor parte del concepto de “público”, de los objetos, para definir este tipo de comunicación, y luego Grandi define la comunicación política como

*aquella forma de comunicación que tiene por objeto temas de interés general pero también de carácter explícitamente controvertido y difundidos, principalmente, por instituciones privadas particulares como los partidos políticos, y por otras instituciones, tanto privadas como públicas. Esta definición, que pone de acuerdo la mayoría de los estudiosos, identifica los ciudadanos no tanto como ciudadanos-usuarios, sino como electores.*¹⁰⁸

Se distingue entonces entre comunicación pública, realizada por las instituciones públicas sobre temas de interés general para los destinatarios identificados en la ciudadanía, y comunicación política, realizada por varios sujetos (tanto

¹⁰⁸Grandi, 2001, pág. 63, traducción nuestra.

instituciones como otros) sobre temas de interés general interpretables pero de forma diferente y controvertida, dirigida a los destinatarios/electores.

Nos hemos extendido en este punto porque, a la hora de abordar el estudio de la comunicación sobre la cooperación internacional por parte de las instituciones públicas, nos hemos puesto el problema del género de comunicación de referencia. En un principio se podría clasificar como comunicación institucional, pero al mismo tiempo, y por los temas tratados, no podemos evitar notar la coincidencia con ciertos rasgos de comunicación política, sobre todo porque por un lado los temas tratados conciernen muchas veces asuntos relacionados a la política y, como veremos en los sitios web, la misma manipulación de los contenidos y su representación, depende de la posición política e ideológica. En unas palabras, se puede hacer y hablar de cooperación internacional de muchas formas, pero las tipologías suelen seguir vocaciones políticas distintas y a veces dicotómicas.

Por nuestra parte, no entraremos en la definición del ámbito público, de sus limitaciones y distinciones, pero nos ha parecido oportuno introducir esta temática a nuestro parecer controvertida porque creemos que a nivel de imaginarios contruidos sobre la cooperación al desarrollo por parte de los sujetos involucrados sí exista una distinción entre una comunicación pública y una privada, y como la política sea complementaria a la pública y presentada como contraria a la ética o al hemisferio de los valores morales. Volveremos sobre este asunto al final de los análisis, de momento nos parece conveniente añadir como, en este juego de contraposiciones y relaciones entre los ámbitos públicos, privados, éticos y políticos hay que tener en cuenta un ulterior espacio, donde se desarrolla esta comunicación, como es en nuestro caso Internet que a través de los sitios Web, instrumentos de comunicación de masas que dibujan su propio espacio de intervención con sus propias lógicas, y donde las distinciones entre público y privado se hacen menos definidas. A este propósito, Grandi nos parece dar en el signo cuando subraya que

los medios de comunicación de masas son una institución que ha elaborado su propia lógica de interpretación de los sucesos del mundo, que se pone en competición, en el proceso de construcción social de la

*realidad, con las lógicas de otras instituciones, especialmente con las del sistema político, y, en su interior, con la de los partidos”.*¹⁰⁹

No podemos olvidar que, al tratar de comunicación a través de Internet, seguimos de lleno en los canales mass mediáticos, en los que los mismos sujetos de la comunicación (las instituciones y los ciudadanos) se encuentran e interactúan, construyen su propio espacio en la red, se relacionan entre ellos y con otros objetos culturales, y cumplen su función performativa en cuanto discursos y procesos en acto, definiendo Internet como un espacio donde las categorías entre público, privado, político e social se entrecruzan y contaminan entre ellas.

A estas lógicas se suman las relacionadas a la cooperación que funciona en sí como discurso, como construcción y regimen discursivo tal como ha sido estudiado especialmente por parte de la disciplina de la antropología para el desarrollo, que recordaremos en el siguiente párrafo.

3.2.1. La perspectiva de la antropología para el desarrollo

En los primeros dos capítulos de nuestro trabajo, describiendo el contexto de la cooperación internacional al desarrollo, hemos especificado su naturaleza como discurso y construcción simbólica de la realidad, que aquí recordamos:

*El desarrollo ha sido el mecanismo primario a través del cual el Tercer Mundo ha sido imaginado y se ha imaginado a sí mismo, marginando o excluyendo otros modos de ver y actuar. [...] Es inútil decir que las poblaciones de Asia, África o América Latina no se hayan visto siempre en términos de desarrollo. Esta visión unificante remonta a la 2ª Posguerra, cuando los aparatos de la producción del saber y de la intervención internacional (Banco Mundial, Naciones Unidas y las agencias bilaterales de desarrollo) se han globalizado y establecieron una nueva economía política de la verdad.*¹¹⁰

¹⁰⁹Grandi, ibidem, traducción nuestra.

¹¹⁰Escobar, A. “Immaginando un’era di postsviluppo”, in Malighetti, R., (a cura di), *Oltre lo sviluppo*, Roma, Meltemi, 2005, pag. 189.

Hemos notado también como el panorama de acción de los sujetos involucrados en este ámbito, en los últimos años, han aumentado considerablemente por cantidad (hablamos de 10 millones de asociaciones, contando solo las asociaciones sin ánimo de lucro) y variedad (sujetos públicos, privados, mixtos, internacionales, nacionales y locales), y, lo que más nos concierne, ha habido un desplazamiento y una transferencia por parte de las instituciones públicas hacia las privadas.

En los últimos 25 años, los mecanismos de la ayuda internacional han contribuido a debilitar las soberanías estatales y a deslegitimar los poderes públicos y la misma noción de políticas públicas. Han ocupado progresivamente posiciones y roles dejados vacíos por las instituciones de gobierno. [...] Substituyéndose a ellas producen una gestión privada del humanitario.¹¹¹

En ámbito antropológico, la mayoría de los estudios y de los teóricos del desarrollo concuerdan en un movimiento del ámbito público hacia el privado, criticándolo fuertemente porque se traduce en una

nueva tecnopolítica del humanitario, que cambia profundamente las estrategias de quien interviene, produciendo una red de informaciones y de acciones que, en nombre de la intromisión y de la necesidad moral, eluden las burocracias paralizantes y el control, reduciendo las estrategias de autonomía de la sociedad local¹¹².

Este movimiento de prácticas y discursos actuados por sujetos privados, conlleva un reajuste en el interior de la esfera pública de la cooperación al desarrollo. Por una parte, recuperando la clasificación de Grandi, se pasa de los sujetos públicos a sujetos privados, y por otra parte, este cambio presupone un cambio también en

¹¹¹Escobar, A., *ibidem*, pag. 189.

¹¹²Malighetti, ob. cit., pag. 12.

la valorización del objeto, que desde prácticas e ideologías políticas pasa a ser colonizado por el universo del privado, de la ética, de los sentimientos, a través de la que etiquetamos como moralización: lo político se expresa en un registro moral, del bien contra el mal, del triunfo del humanitarismo, de la solidaridad, de la caridad, frente a unas categorías políticas de líneas de desarrollo, de bien público, de derecho internacional y bienestar supranacional. Con Chantal Mouffe¹¹³, creemos que

Lo que ocurre es que actualmente lo político se expresa en un registro moral. En otras palabras, aún consiste en una discriminación nosotros/ellos, pero el nosotros/ellos, en lugar de ser definido mediante categorías políticas, se establece ahora en términos morales. En lugar de una lucha entre “izquierda y derecha” nos enfrentamos a una lucha entre “bien y mal”.

En esta línea, la autora pone en cuestión:

la perspectiva que inspira el “sentido común” en la mayoría de las sociedades occidentales: la idea de que la etapa del desarrollo económico-político que hemos alcanzado en la actualidad constituye un gran progreso en la evolución de la humanidad, y que deberíamos celebrar las posibilidades que nos abre. Los sociólogos afirman que hemos ingresado en una “segunda modernidad” en la que individuos liberados de los vínculos colectivos pueden ahora dedicarse a cultivar una diversidad de estilos de vida, exentos de ataduras anticuadas. El “mundo libre” ha triunfado sobre el comunismo y, con el debilitamiento de las identidades colectivas, resulta ahora posible un mundo “sin enemigos”. Los conflictos partisanos pertenecen al pasado, y el consenso puede ahora obtenerse a través del diálogo. Gracias a la globalización y a la universalización de la democracia liberal, podemos anticipar un futuro cosmopolita que traiga paz, prosperidad y la

¹¹³Mouffe, C., *Entorno a lo político*, LSE, 2007.

*implementación de los derechos humanos en todo el mundo. Mi intención es desafiar esta visión “pospolítica” [...] sostendré que tal enfoque es profundamente erróneo y que, lejos de contribuir a una “democratización de la democracia”, es la causa de muchos de los problemas que enfrentan en la actualidad las instituciones democráticas.*¹¹⁴

Las palabras de esta estudiosa de las teorías políticas contemporáneas, desde otro enfoque, nos parece en sintonía con las teorías de la antropología para el desarrollo que hemos citado antes. En nuestro análisis nos interesa entonces averiguar cómo este estado de cosas, indicadas por la mayoría de los teóricos del desarrollo y por algunos politólogos, se refleja sobre la comunicación de las instituciones públicas sobre la cooperación internacional, analizando los temas tratados, las narraciones utilizadas y los sujetos involucrados.

A través de estas informaciones, queremos reposicionar la comunicación de la institución a un nivel más profundo, a los valores inscritos en sus discursos en los nuevos medios, y llegar a formular unas hipótesis sobre el imaginario y las estrategias enunciativas difundidos en el espacio público de Internet sobre la cooperación internacional.

3.3. Los nuevos medios de comunicación de masas: los sitios web y el hipertexto

Los nuevos medios de comunicación de masas, y sobre todo Internet, han cambiado las formas y los contenidos de la comunicación contemporánea. En el último decenio se ha ido expandiendo el espacio público de la red de redes, Internet (y sus evoluciones Web.2, Web.3 y las que vendrán) y multiplicado el número de usuarios y de géneros textuales (portales, sitios web, home page, blog, wikis..) que en ella circulan. Esta ampliación, tanto en cantidad como en cualidad, con la experimentación de nuevos formatos y de nuevas formas comunicativas, ha llevado a la aparición de nuevos géneros discursivos caracterizados por distintas características formales y narrativas, especialmente interesantes para los estudios

¹¹⁴Mouffe, C., 2007, ob. cit.

de las comunicaciones y de nuestras culturas de masas. Como muestra Lev Manovich¹¹⁵:

Los nuevos medios de comunicación se sitúan en una relación con muchas áreas de la cultura, presentes y pasadas, como: otras tradiciones artísticas y mediáticas, sus lenguajes visuales y estrategias para organizar la información y estructurar la experiencia del espectador; la tecnología informática: las propiedades materiales del ordenador y las maneras en que se emplean en la sociedad moderna; la estructura de su interfaz y las principales aplicaciones de software; la cultura visual contemporánea, la organización interna, la iconografía e iconología y la experiencia del espectador de los diversos escenarios visuales de nuestra cultura, como son la publicidad y la moda, los supermercados y los objetos de las bellas artes, los programas de televisión y los banners o pancartas publicitarias, las oficinas y los club techno; la cultura de la información contemporánea.

Los sitios web son antes de nada objetos y síntomas representativos de nuestra cultura contemporánea, de la que a la vez son productos, representantes y productores. Aparte de la función de representación, expuesta por Manovich, presentan y poseen, a nuestro parecer, un valor añadido, especialmente con respecto a nuestra investigación. La forma de consumo de estos nuevos medios no es solo pasiva, sino participativa, en el sentido de que cada usuario, aun sólo en potencia, tiene la capacidad de convertirse en productor, instaurando una relación de interacción, que se crea entre destinatario/s y remitente/s. Además, como sigue Manovich:

*Internet es especialmente propicio para permitir nuevos tipos de producción en colaboración, distribución democrática y experiencia participativa.*¹¹⁶

¹¹⁵Manovich, L., *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 2005, pág. 57.

Por lo que concierne el objeto de nuestro análisis semiótico, que se ceñirá a un análisis del discurso, sin entrar en el debate sobre las características y los nuevos géneros de comunicación constituidos por los sitios Web, nos interesa en esta parte destacar algunos rasgos específicos del tipo de textos que abordaremos, irrescindibles de su tecnología:

-la *modularidad*: los sitios Web, al ser constituidos por unidades discretas, propias de sus códigos de programación alfanuméricos, son modulables porque pueden ser compuestos y descompuestos, manteniendo sus identidades por separado. Manovich señala que la misma Internet es modular, en el sentido de ser un conjunto de páginas web, de textos que son elementos individuales, que a su vez están compuestos por unidades discretas más pequeñas e igualmente autónomas etc. Esta especificidad conlleva que los sitios web sean especialmente adecuados para un análisis semiótico, del que hablaremos más adelante, porque cumplen de lleno con los requisitos y la definición de textos según esta disciplina. Como sugiere Cosenza, desde un punto de vista semiótico se considera como texto cualquier porción de realidad que se pueda descomponer, utilizando criterios objetivos, en unidades discretas, según niveles jerárquicos de análisis, del más concreto y superficial al más abstracto y profundo¹¹⁷;

-la *variabilidad*: el sitio Web puede cambiar y presentarse bajo distintas versiones, potencialmente infinitas, según su uso, sus destinatarios, sus creadores. De nuevo, con Manovich, notamos que los nuevos medios, en este sentido, responden a una lógica postindustrial, en cuanto se adaptan a los deseos y a las necesidades de los usuarios, y en tiempo de actuación real, es decir prácticamente inmediata;

¹¹⁶Manovich, L., *ibidem*, pag. 60.

¹¹⁷Cosenza, G. *Semiotica dei nuovi media*, Roma, Editori Laterza, 2004. Definen además el texto semiótico el ser dotado de significado para alguien y el poder ser delimitado.

-la *exteriorización* de las operaciones mentales, osea la *falsa interactividad*. Según Manovich, los medios informáticos que se denominan interactivos¹¹⁸, lo que realmente hacen es exteriorizar y objetivar operaciones de la mente. En una página web, podemos pinchar sobre una palabra para ir a otra, y lo mismo con las imágenes y las direcciones de lectura y de “navegación”, establecidas a priori. Podemos combinarlas, pero nunca por ejemplo entrelazar dos páginas y dos conceptos si estos no están previamente programados. En este sentido, estos medios nos piden que nos identifiquemos con la estructura mental de otra o de otras personas: utilizando la terminología semiótica, en el texto/sitio Web se manifiestan las huellas textuales de la enunciación, de las que se infieren un enunciatario y un enunciador, simulacros del usuario y del diseñador, del que se infieren la trayectoria mental de la programación y del diseño, que a su vez responden a la demanda y a las peticiones de los comitentes, y de allí a sus ideas, valores, pensamientos, teorías. Y este es el nivel profundo que nos interesa identificar, a través del camino semiótico del proceso de significación que hemos anticipado (y que trataremos en el par. 3.4).

Los recorridos de lectura son los que nos indican, como decía Eco, la necesaria colaboración del destinatario:

*un testo es un producto cuya finalidad interpretativa debe formar parte de su propio mecanismo generativo: generar un texto significa poner en marcha una estrategia de la que forman parte la previsión de los movimientos de los demás.*¹¹⁹

De la misma manera las páginas web, como formato textual, proponen diferentes marcos interpretativos a su destinatario-lector, múltiples recorridos de navegación, que se llevarán a cabo con éxito si el destinatario reconoce estas marcas que recorren la lógica de construcción del hipertexto como forma textual no lineal y abierta a cierto grado de semiosis.

¹¹⁸También para mirar una escultura o para leer un libro se necesita cierto grado de participación, con movimientos del cuerpo o para colmar las elipses en la narración literaria, y por eso no es correcto hablar de interactividad como específica de los nuevos medios de comunicación.

¹¹⁹Eco, U., *Lector in fabula*, Torino, Bompiani, 1979.

La modularidad y la variabilidad mencionadas, así como la construcción de los recorridos o límites de la interactividad, nos permiten acercarnos a los sitios web como a un espacio que podría quedar definido a partir del modelo rizomático deleuziano. Dicho modelo es especialmente importante para nosotros porque aborda un área, no mencionada por Manovich con respecto a su relación con los nuevos medios de comunicación, y se trata del área que concierne la política y la comunicación pública en general, o, lo que más nos interesa en nuestro caso, los discursos de las instituciones públicas. A través de las herramientas proporcionadas por el análisis semiótico, que presentaremos en los siguientes párrafos, nuestro objetivo es llegar al nivel de difusión de las ideologías, para formular unas hipótesis sobre el discurso hegemónico entorno a la cooperación internacional, que es el género de comunicación que hemos elegido como principal corpus de estudio, y las eventuales posibilidades de líneas de fuga de ello.

A este propósito, la expresión “líneas de fuga” es sugerida por la noción que Gilles Deleuze y Félix Guattari¹²⁰ denominan Rizoma, elegido como el ideal de los discursos posibles en contra de la hegemonía dominante. El rizoma, en la teoría elaborada por los dos filósofos franceses, es un modelo descriptivo y epistemológico en el que la organización de los elementos no sigue líneas de subordinación jerárquica —de acuerdo al modelo del árbol de Porfirio—, sino que cualquier elemento puede afectar o incidir en cualquier otro:

El rizoma conecta cualquier punto con otro punto cualquiera, cada uno de sus rasgos no remite necesariamente a rasgos de la misma naturaleza; el rizoma pone en juego regímenes de signos muy distintos e incluso estados de no-signos.

[...] Contrariamente al grafismo, al dibujo o a la fotografía, contrariamente a los calcos, el rizoma está relacionado con un mapa que debe ser producido, construido, siempre desmontable, conectable, alterable, modificable, con múltiples entradas y salidas, con sus líneas de fuga.

¹²⁰Deleuze, G., Guattari, F. *Mille piani. Capitalismo e schizofrenia*, Castelvechi, 2003.

Con esta referencia, queremos evidenciar algunas características descritas por Deleuze y Guattari en el texto citado, que nos resultan sugerentes para nuestra investigación. Por una parte, presenta ciertas similitudes con nuestro objeto de análisis, el sitio Web, por su estructura (el concepto de mapa), su funcionamiento (su disponibilidad y capacidad de ser conectado en todas sus dimensiones, desmontable, alterable y susceptible de recibir constantemente modificaciones, posibles gracias a la modularidad y a la variabilidad que hemos mencionado antes) y su función de agente de conexión epistemológico con los agenciamientos colectivos de enunciación y con las organizaciones de poder.

Si consideramos la idea según la cual “*un rizoma no responde a ningún modelo estructural o generativo. Es ajeno a toda idea de eje genético, como también de estructura profunda*”¹²¹, esta parece contrastar con el sistema de significación semiótico-estructuralista que constituye la base de nuestras herramientas de análisis. Pero en realidad, como explican los mismos autores, también en una a-estructura libertaria y anárquica como es el rizoma:

Siempre existe el riesgo de que reaparezcan en ellas organizaciones que re-estratifican el conjunto, formaciones que devuelven el poder a un significante, atribuciones que reconstituyen un sujeto: todo lo que se quiera, desde resurgimientos edípicos hasta concreciones fascistas. Los grupos y los individuos contienen microfascismos que siempre están dispuestos a cristalizar. Siempre habría que re-situar los puntos muertos sobre el mapa, y abrirlos así a posibles líneas de fuga. Y lo mismo habría que hacer con un mapa de grupo: mostrar en que punto del rizoma se forman fenómenos de masificación, de burocracia, de ‘leadership’, de ‘fascistización’, etc., qué líneas subsisten a pesar de todo, aunque sea subterráneamente, y continúan oscuramente haciendo rizoma.

En este sentido, propiamente por sus características “rizomáticas” (abertura, conexiones inusuales, múltiples estratificaciones), no existen modelos de

¹²¹Deleuze, G., Guattari, F., ibidem.

discursos y de géneros comunicativos (y por lo tanto los nuevos medios de comunicación de masas no lo son) exentos de contaminaciones con organizaciones del sentido con conceptos y palabras dominantes, reproducciones del mundo presente, pasado o futuro, osea reproducciones que tienen como modelo no el rizoma sino la estructura generativa, el calco, el libro como prototipo cultural que reproduce el lenguaje dominante, grupos e individuos que contienen estructuras de poder jerárquicas e ilibertarias, que siempre están dispuestos a cristalizar.

Creemos que en este punto reside la idea más iluminadora del rizoma para nuestro estudio: por un lado funciona como un modelo formal y por otro refleja la síntesis de la lucha entre discursos hegemónicos y contrahegemónicos existentes en general en las comunicaciones de masas y en particular en el discurso comunicativo público en los nuevos medios de comunicación. Nuestra proposición es conciliar uno de los ejes horizontales del rizoma, sus multiplicidades, su extensión como mapa, sus líneas de fuga, con uno vertical, a la búsqueda de los bultos “no rizomáticos” donde se reproduce la ideología inscrita en la significación del texto-sitio web en examen. “Empezando de la superficie, llegando al medio (el rizoma) hasta la profundidad y volver de nuevo a la superficie”, como dicen los autores citados.

Estas reflexiones nos reconducen a los simulacros interlocutivos prometidos por las nuevas formas de comunicación, porque nos movemos siempre dentro de unos esquemas, tanto informáticos como estructurales y semánticos, predefinidos por los diseñadores en primera instancia pero sobretudo por los sujetos que comisionan estos tipos de textos, el conjunto de sus remitentes ideales (los enunciadorees, de los que hablaremos más adelante). Como Internet presupone una libertad aparente, tanto de los remitentes como de los usuarios, las posibilidades de cómo utilizar el sitio web, de crear su propia lectura y su propia construcción del significado están limitadas, sometidas a fronteras diversas, así como la posibilidad de construir el propio sitio web ideal.

Al mismo tiempo, es siempre el rizoma (y de paso, la comunicación de Internet), a proponer una salida, es su modelo que exalta potencialidades formales de la lucha, de una oposición discursiva, porque *“un rizoma no cesaría de conectar eslabones semióticos, organizaciones de poder, circunstancias relacionadas con las artes, las ciencias, las luchas sociales”*.

Así que para nuestro marco metodológico, el rizoma se convierte en un punto de partida teórico que nos permite enlazar las teorías y las herramientas de la semiótica narrativa con el discurso social que se desarrolla en un espacio público virtual, desde un punto de vista formal y desde un punto de vista epistemológico.

Como estructura formal, el rizoma sería el modelo ideal según el cual la comunicación en el espacio público de Internet y a través de los textos que circulan en él debería desarrollarse para conseguir una forma de comunicación verdaderamente interactiva, de intercambio y de información y, por tanto, más democrática. De momento, y sobre todo por lo que concierne los sitios web de las instituciones públicas, estamos frente a una “remediatización”¹²², median a su vez otros medios, tanto en la forma (interfaz) como en la práctica de los usuarios (con las diferencias de los avances tecnológicos, la experiencia de consumo y las variables espacio-temporales). Pero nada se crea y nada se destruye.

Al mismo tiempo, los contenidos de Internet y de los sitios web no logran (o no pueden) superar el modelo jerárquico del poder establecido y se constituyen como las enésimas plataformas de reiteración de los hábitos ideológicos y éticos del establishment.

Una de los objetivos comunicativos de los sujetos públicos consiste precisamente (como demostraremos en los casos concretos analizados) en mantener su posición privilegiada, legitimarse y difundir valores conservadores relativos a relaciones de poder existentes. Lo que nos interesa aquí es evidenciar, desde el punto de vista de las estrategias comunicativas, las características de los nuevos medios de comunicación empleados para tratar asuntos de cooperación al desarrollo, las estrategias empleadas y su escasa capacidad, la mayoría de las veces, de ser realmente innovadores.

La idea del mapa, fundamental en la teoría de Deleuze y Guattari, es una metáfora perfecta para identificar el mundo posible de Internet, sobre todo por la idea de construcción (*el mapa no reproduce un inconsciente sobre sí mismo, lo*

¹²²Como observan Bolter y Grusin, todos los nuevos medios no nacen y crecen de la nada, sino en un contexto ya mediatizado, por lo tanto deben apoyarse en ello y en sus reglas de funcionamientos y mecanismos, aún recombinándolas y deestructurándolas. Cada nuevo medio se coloca en los precedentes sin anularlo o cancelarlo, pero lo releva con nuevo uso. Este proceso es llamado en inglés por los autores citados *remediation* (citados en Cosenza, 2007).

construye) y de la multiplicidad de entradas y, consecuentemente, de salidas que hay o puede haber en él.

El modelo utilizado por Deleuze y Guattari es entonces a nuestro parecer ilustrador y visionario con respecto a las potencialidades de innovación de los nuevos medios de comunicación, y en cierto sentido revolucionario (por lo menos a un nivel teórico), porque propone una estructura del pensamiento y del conocimiento que pueden cambiar de forma radical las relaciones sociales, las estructuras del poder, las jerarquías, las hegemonías. Y, al mismo tiempo, evidencia sus limitaciones.

3.4. Metodología e instrumentos de análisis

3.4.1. La socio-semiótica como práctica metodológica

Como hemos estado adelantando hasta ahora, el ámbito semiótico y sociosemiótico constituyen nuestro marco teórico de referencia, de lo que hemos derivado el modelo semiótico-enunciativo¹²³ a la base de las herramientas que utilizaremos para los análisis sucesivos.

Según la tradición greimasiana, el texto constituye el objeto central, único e insustituible, donde como texto se entiende cualquier porción de realidad que sea dotada de un significado para alguien, del que se puedan señalar los límites, discriminando entre lo que está dentro y lo que está fuera del texto, que sea compuesto de unidades discretas y que estas sean el resultado de criterios objetivos.

A partir de esta perspectiva, se puede considerar como texto cualquier expresión visual, lingüística, sonora, gestual, cultural, emocional, a condición de que a través de ella se relacionen por lo menos otros dos elementos, por los que la misma adquiere un sentido. Se tratan como textos también las acciones discursivas, especificando que no incluyen solamente expresiones verbo-visuales, cuanto todos los procedimientos que integran registros semióticos heterogéneos.

¹²³Los textos metodológicos de referencia utilizados son M.P. Pozzato, *Semiotica del testo. Metodi, autori, esempi*, Carocci, 2003; R. Grandi, *I Mass Media fra testo e contesto*, Carocci, 2001; G. Cosenza, *Semiotica dei nuovi media*, Laterza, 2004; Lozano, J., Peña-Marín, C., Abril, G., *Análisis del discurso*, Madrid, Catedra, 1982; Abril, G., *Mirar lo que nos mira. Análisis crítico de textos visuales*, Madrid, Editorial Síntesis, 2007.

Estamos hablando por lo tanto de textos donde un mismo sujeto de la enunciación, en nuestro caso la institución pública, pone en juego una variedad de lenguajes de manifestación. Todos, en teoría, al servicio de una estrategia de comunicación unitaria, que presenta (o debería presentar) huellas sintácticas, semánticas y pragmáticas de cohesión y coherencia que remontan al mismo autor empírico, o a un conjunto de autores empíricos que hayan seguido las mismas reglas de producción textual. En nuestro caso, el corpus de análisis se constituye de textos como los sitios web, de mayor o menor complejidad según la mezcla de diferentes sistemas semióticos, de referencias extratextuales y culturales.

Subrayamos que por lo que concierne la definición de texto, ponemos el acento sobre la acción discursiva desarrollada, que se rehace al orden dialógico e interactivo relativo a un contexto de comunicación en curso, a la intersubjetividad que se va construyendo durante la interacción, que presupone, como hemos citado anteriormente, un rol activo y fundamental del destinatario/receptor.

Hablando de comunicación pública, como para todos los otros contextos de comunicación de masas, la interacción entre sujetos no es directa, sino que pasa a través del texto gracias al mecanismo de la enunciación, donde se constituyen, por parte del enunciador, y se encuentran, por parte del enunciatario, las imágenes o los simulacros de remitente, destinatario y de la misma interacción. Obviamente, el destinatario en cuanto enunciatario no es pasivo, sino que a través de su interpretación responde y participa activamente en la interacción construyendo sus propios simulacros.

Come describiremos más adelante, en relación a las representaciones visuales, la instancia de la enunciación adquiere un estatus particular en el ámbito de la comunicación humanitaria, donde se muestran experiencias de dolor y sufrimiento, y el espectador puede ser atraído e integrado gracias a ellas, llegando a una implicación emotiva necesaria a una comunicación eficaz, cualesquiera que sean las intenciones del destinador.

Las instituciones públicas, a este propósito¹²⁴, y según nuestra opinión, deben ser especialmente receptivas para captar la importancia de los instrumentos que les permiten dibujar las características de los destinatarios de la comunicación, sus

¹²⁴Cfr. Grandi, 2001.

competencias (lingüísticas, enciclopédicas y comunicativas) y las interpretaciones posibles. La comunicación por parte de estas organizaciones será más eficaz cuanto más conozcan las características del destinatario, mayor será la probabilidad de identificación entre el destinatario y su simulacro-imagen del texto y cuanto más estén al corriente de la percepción de los destinatarios hacia la institución pública, con más fidelidad esta podrá reproducir su propio simulacro.

La comunicación pasa siempre por la enunciación, de parte de un enunciador empírico, de un texto que reproduce los simulacros de sí mismo y del enunciatario. El texto es el espacio donde se confrontan y actúan los sujetos de la comunicación.

Los sujetos representados se definen “llenos” porque están dotados de competencias semánticas y modales, y durante la producción y la representación de la significación entran en juego el sistema de valores de los sujetos y la misma relación entre ellos.

La semiótica, a través del análisis, o bien en una fase proyectiva o bien en una evaluación a posteriori, puede ofrecer las líneas-guía para reconstruir las tipologías de narración empleadas y los regímenes enunciativos vigentes.

3.4.2. El análisis multimodal

Considerando el principio de variabilidad que hemos expuesto precedentemente en referencia a las características de los nuevos medios de comunicación de masas, nuestra metodología tendría algún parecido con el análisis multimodal (*multimodal analysis*), si bien el contenido de esta se focaliza en el género televisivo de la representación del sufrimiento (parafraseando y aplicando Boltanski¹²⁵):

El análisis multimodal es el estudio del proceso semiótico a través del cual el entorno hypermediado de la televisión contribuye a la creación de un régimen para la representación del sufrimiento – un régimen de la piedad que construye el acontecimiento del sufrimiento como inmediata realidad para el espectador. El principio metodológico del análisis

¹²⁵Boltanski, L., *La souffrance a distance*, Paris, L. Métailié, 1993.

*multimodal es que los regímenes de la piedad no coinciden con una imagen específica o un lenguaje que vemos en la pantalla. Al contrario, la imagen y el lenguaje del sufrimiento siguen unos modelos sistemáticos de co-apariencia y combinación, que organizan el potencial de la representación del sufrimiento en convenciones genéricas de la cobertura de noticias*¹²⁶.

El análisis multimodal considera también que las modalidades semióticas verbales y visuales son multifuncionales, coexisten y se complementan las unas con las otras, y son intertextuales, definiendo la intertextualidad como la mezcla de tipos narrativos.

La variabilidad y la modularidad de los sitios web (en esta fase seguiremos hablando de sitios web para referirnos genéricamente a los “lugares” a través de los cuales los textos circulan en Internet, mientras en el análisis distinguiremos entre sitios, portales, páginas de inicio, etc.) parten del mismo principio que rige el análisis multimodal, porque a través de la constitución y reconstitución bajo varias formas de los textos (y sus unidades más pequeñas) presentes en la web, por parte de la actividad de los usuarios, los mecanismos mismos de producción de los ideadores y diseñadores, las lecturas e interpretaciones posibles¹²⁷ inscritas en los textos mismos, se crean distintas formaciones del discurso (o modalidades del discurso, según este tipo de análisis).

En este marco, creemos que para el análisis de los nuevos medios de comunicación de masas debemos trascender de la utilización hecha por el análisis multimodal, porque a parte de las modalidades semióticas del lenguaje que utilizan, apelan luego a formaciones socio-discursivas alargando el concepto de intertextualidad al de regímenes de enunciación, y a la relación de los textos entre sí, según la definición de Genette y otros. No nos meteremos en el debate y las discusiones teóricas acerca de este problema, demasiado complejo y acerca del

¹²⁶Chouliaraki, L., *The Spectatorship of Suffering*, Sage, 2006, pag. 74, traducción nuestra.

¹²⁷Se trataría nada menos que de una referencia a la clásica distinción de *intentio auctoris*, *intentio lectoris* e *intentio operis* a opera de Umberto Eco en *Lector in Fabula*, Milano, Bompiani, 1979.

cual se han apreciado contribuciones mucho más ilustres que la nuestra¹²⁸, pero nos parece, con Maria Pia Pozzato¹²⁹, que la problemática es de mucha actualidad por la emergencia de nuevas formas de textualidad con el avance de los nuevos medios de comunicación de masas, bajo la forma, por ejemplo, del hipertexto.

La forma hipertextual además ha sido muchas veces comparada al libro, texto de todos los textos; se han puesto muchas veces en confrontación estos dos formatos, mientras no se considera una diferencia de carácter ontológico. Al hipertexto no es requerida una traducción en forma electrónica del libro, cuanto la emulación y optimización de las funciones de la biblioteca¹³⁰, desarrollando sus funciones de clasificación, colocación, consultación de datos, que tienen que ser gestionados y relacionados entre sí. El concepto de biblioteca se puede añadir como metáfora y similitudes al rizoma que hemos descrito antes, puesto que el modelo rizomático propone la superación del libro como espacio limitado y estructurado de forma jerárquica. Podemos llegar a imaginar la misma red como una inmensa biblioteca, una vez remarcando la idea de que los nuevos medios no destruyen nada de los tradicionales, y se apoyan en los formatos precedentes, y al mismo tiempo la relación con las facetas culturales, definidas en el tiempo y en el espacio, y las referencias a los conocimientos enciclopédicos de los sujetos que interactúan en ella. Tenemos así nuevos parámetros cognitivos, epistemológicos y de uso que tendremos en cuenta a la hora de enfrentarnos a la relación entre usuarios y remitentes, en sus funciones de enunciatarios y enunciadores, actuando en un espacio que les supone actuar según sus competencias modales, proporcionadas por la misma instancia de la enunciación que no excluye en cambio las capacidades y los conocimientos derivados del contexto, físico y virtual, y sobre todo cultural.

¹²⁸Véase por ejemplo Genette, Kristeva, Bajtin, Barthes, Lotman, Eco, solo para citar algunos autores. Para un repaso y una síntesis sobre los autores que han tratado la intertextualidad, véase Bernardelli, A., *Intertestualità*, Firenze, La Nuova Italia, 1999.

¹²⁹Pozzato, M.P., *Semiotica del testo*, Roma, Carocci, 2004.

¹³⁰Tomamos esta referencia de Zinna, A., *Le interfacce degli oggetti di scrittura*, Roma, Meltemi, 2004.

Consideramos sin embargo que el hipertexto no renueva nada desde un punto de vista de la información (pero sí de la interacción entre remitente y destinatario), sino que repropone bajo un sistema tecnológico más avanzado la misma estructura¹³¹, las relaciones textuales, intratextuales e intertextuales presentes desde siglos.

Siguiendo la lógica semiótica, los sitios web se pueden analizar bajo los siguientes aspectos:

- códigos y lenguajes (visual, verbal, sonoro, etc.) que constituyen su propio sistema de la lengua;
- géneros narrativos (literarios, televisivos, cinematográficos etc.), derivados a partir de un proceso de “remediatización” que hemos citado en la primera parte, según el cual los mass media aplican un proceso de re-mediatización de una forma estratificada sobre los medios que los han precedido, apoyándose, transformando y recomblando las reglas que rigen los medios de comunicación tradicionales. Internet ya ha creado sus propios géneros web;
- relación e influencias con otros textos y sujetos (con Genette, la transtextualidad);
- formaciones discursivas y figurativización, traducidos a nivel superficial (de la enunciación) en las relaciones entre enunciador y enunciatario, objetos de deseo, competencias modales, performances, pasiones;
- régimenes de la enunciación formados por los valores, deseos, ideologías, relaciones de poder, hegemonías coherentes y formantes de grupos isotópicos a nivel figurativo.

3.4.3. Semiótica de los nuevos medios

Hemos tratado ya en la primera parte del capítulo algunas de las características principales de los nuevos medios de comunicación de masas y subrayado especialmente sus peculiaridades como objetos culturales. En esta línea teórica, hemos justificado la elección del formato de los sitios web como corpus de análisis sobre los discursos y la comunicación de la cooperación internacional al

¹³¹Come señala Abril, G., en *Cortar y pegar. La fragmentación visual en los orígenes del texto informativo*, Madrid, Cátedra, 2003, la estructura hipertextual que se denomina superficialmente como la característica más innovadora de los nuevos medios de comunicación de masas, como los cd rom y los sitios web, no son otra cosa que evoluciones de fenómenos culturales preexistentes.

desarrollo, como herramienta ejemplar para un estudio que se propone identificar e hipotizar los contenidos ideológicos y hegemónicos que componen el imaginario colectivo a través de los discursos de instituciones políticas en el espacio público de Internet. Como herramienta metodológica, hemos elegido los instrumentos del análisis semiótico del texto, de origen greimasiano-estructuralista, aunque intentando la vía no ortodoxa de la apertura (si bien parcial) al contexto, como acabamos de describir en el párrafo anterior.

En este apartado, nos queda entonces adaptar la metodología semiótica a los nuevos medios de comunicación y en particular a los sitios web, instrumentos que se desplazan en el tiempo y en el espacio, entendido tanto como espacio físico (en la pantalla del ordenador) cuanto virtual (muchas veces como simulación del real: veremos como las categorías relativas al concepto de lugar ocupan un puesto fundamental en el espacio de la red) y de interacción. Como notifica Zinna¹³², el formato hipertextual y en general los instrumentos de escritura electrónicos¹³³, constituyen un acercamiento entre los textos, en la definición de la tradición de las teorías del lenguaje, y los objetos. El sitio web, por ejemplo, según la clasificación de este autor, se posiciona como objeto-escritura, donde se encuentran el máximo de interacción y el máximo grado de escritura¹³⁴. Dada sin embargo la dematerialización del objeto físico, gracias a las funciones cada vez más sofisticadas del software, la disminución del trabajo de activación de los “controles” y la miniaturización de los componentes del hardware¹³⁵, lo que queda del objeto material es la interfaz, que adquiere el estatus de objeto-escritura, y en nuestro caso, es lo que analizaremos en concreto en relación a los sitios web, a través de los instrumentos descriptivos de la semiótica.

¹³²Zinna, A., 2004, ob.cit.

¹³³Zinna se refiere con este termino a los programas de escritura, como Word, que han sustituido las maquinas de escribir.

¹³⁴Zinna para identificar la tipología de los objetos de uso, los clasifica según el grado de presencia de lenguaje y de interactividad, obteniendo así cuatro categorías: los objetos sin escritura (máxima interactividad, cero lenguaje: objetos de design), los objetos con escritura (máxima interactividad, grado mínimo de escritura, a través de iconos o símbolos), los objetos de escritura (mínima interactividad, máxima presencia del lenguaje: libros) y los objetos-escritura.

¹³⁵Norman, D., *The invisible computer*, 1998, citado en Zinna, A., ob. cit.

El análisis o la descripción semiótica de un objeto, concierne el estudio de los sistemas de significación del mismo, que han guiado la estructuración de la misma generación del sentido tanto cuanto su producción como objetos dotados de valor para alguien. En nuestro caso, se trata de investigar los sitios web dedicados a la cooperación internacional al desarrollo por un lado como lenguaje, analizando sus niveles de expresión y contenido, y por otro lado como práctica, como procedimiento del uso que se hace de los mismos. El objetivo final es el mismo, llegar a encontrar elementos que se repiten, y por lo tanto reproducibles, organizándolos en categorías, que pueden formar unas estructuras narrativas presentes en la organización de los discursos a los que nos enfrentamos.

Nuestro punto de partida metodológico propone, como hemos adelantado en la primera parte del capítulo, considerar los nuevos medios de comunicación y en nuestro caso las páginas web, como discursos vehiculantes de textos y, con las características peculiares que hemos descrito antes, especialmente la multilinearidad (derivado de la modularidad) y la multimodalidad (la coexistencia de varios códigos empleados), descriptibles según los criterios de la semiótica del texto tradicionales (lenguajes, discursos, estructuras narrativas, géneros, estilos etc.).

3.4.4. Principios de análisis semiótico de un sitio Web

Internet es un medio de comunicación que presenta rasgos peculiares con respecto a los medios de masas tradicionales como televisión, radio o prensa, aunque, como hemos visto antes, como cualquier nuevo medio de comunicación que ha aparecido en el pasado, no cancela o substituye los medios anteriores sino que reúne ciertas características y al mismo tiempo se basa en ellos para crear nuevos formatos y nuevos contenidos. Así que, a la hora de analizar semióticamente los sitios web, los consideraremos como textos en la definición tradicional semiótica que hemos recordado precedentemente.

Desde un punto de vista metodológico utilizaremos las misma herramientas de análisis, teniendo pero en cuenta algunas peculiaridades que nos guiarán en esta práctica, y que derivan especialmente de las modalidades de interacción entre los sujeto y de las posibilidades discursivas que derivan de ellas.

Los sitios Web de hecho no son solamente textos sincréticos, que utilizan varios códigos y lenguajes a la vez, sino que a diferencia de los textos audiovisuales

tradicionales, como el cinema o la televisión, permiten un alto nivel de interacción, integración y de manipulación por parte del usuario/destinatario y del remitente. Las herramientas que permiten la interacción (barras de navegación, estructura lógica de las páginas, división de los apartados) son muy importantes a la hora de analizar la estructura del texto y de recorrer el camino (o los posibles caminos) del sentido que lo ha generado. Por esto creemos que la semiótica puede aportar una contribución relevante para analizar los mecanismos de significación a través el modelo enunciacional, que pasa por la interrelación entre remitente y destinatario, y finalmente los mundos axiológicos a los que la estrategia de enunciación se remite, según el esquema narrativo de la teoría semiótica generativo-estructuralista de A.J. Greimas.¹³⁶

Antes de llegar a analizar este recorrido del sentido desde un punto de vista de la narratividad, constituido por el nivel de organización sintáctico-semántica de cualquier texto, debemos analizar la página web tal y como se nos presenta a primera vista, osea a través del análisis de la interfaz, que podemos incluir en la categoría de textos verbo-visuales, en los que conviven una pluralidad de códigos, visivos, sonoros, textuales y de géneros narrativos empleados.

Para el análisis de textos verbo-visuales desde un punto de vista semiótico, un concepto muy útil como instrumento metodológico es la trama visual, desarrollada por Gonzalo Abril:

Llamamos “trama visual” el conjunto de significantes textuales que conforman el plano de la expresión textual, construyen su coherencia y preparan el conjunto de sus efectos semióticos. Es fácil advertir que se trata de elementos heterogéneos y que incluso la clásica diferenciación metodológica entre el nivel plástico y estético de cualidades sensibles y

¹³⁶El esquema narrativo canónico, según la teoría greimasiana, subyace a cualquier narración (o programa narrativo). Este se compone de un destinante que induce (manipulación) al destinatario a querer o deber hacer algo (objeto de valor); para conseguirlo se debe dotar de la competencia necesaria (saber o poder), ayudado por un ayudante u obstaculizado por un opositor, buscando los medios necesarios para conseguir su objetivo (performance). Una vez conseguido, el destinatario es sancionado positiva o negativamente por el destinante. Este esquema general puede ser formado por varias etapas intermedias, compuestas por programas de uso intermedios, donde se consiguen objetivos intermedios instrumentales para conseguir el objeto de valor final, en un juego de cajas chinas que en conjunto forman el parcours narratif. Véase Greimas, Courtès, *Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, 1979, o la valida síntesis de Pozzato, M.P. *Semiotica del testo. Metodi, autori, esempi*, Carocci, 2001.

*el nivel icónico de representación por semejanza [...] resulta en cierta medida inadecuada.*¹³⁷

Con esta presa de posición, Abril se resiste a la semiótica visual greimasiana, que propone una separación del plano plástico y figurativo: “entendiendo con plástico la organización de líneas, colores, espacios de un texto independientemente de la semejanza con figuras del mundo de la naturaleza”¹³⁸. Seguir esta división conlleva estudiar la organización topológica (espacial), eidética (las líneas), cromática (los colores) separadamente de la descripción figurativa, que según la teoría greimasiana depende del grado icónico del texto, pudiendo darse el caso de textos visuales no figurativos (por ejemplo las pinturas abstractas). Siempre según Abril, sin embargo, la iconocidad es una función semiótica, no una propiedad, y la misma significación icónica no es separable del sentido iconográfico, o simbólico, que interpreta los iconos en el interior de un universo cultural determinado. Entonces el proceso interpretativo puede engranar los varios niveles (plásticos, icónico-figurativos y simbólicos) sin solución de continuidad.

La trama visual se caracteriza por la simultaneidad y la co-presencia de significantes heterogéneos, que en su unidad y conjunto recrean la estructura de la significación y por lo tanto separarlos no ayudaría a la comprensión del texto que debe ser considerado en su totalidad. La posibilidad, a través del concepto de trama visual, de analizar los varios elementos que componen la interfaz de un sitio web, la hace una herramienta especialmente adecuada a la hora de aplicar la metodología semiótica a este tipo de texto, que se caracteriza precisamente por la variedad de códigos, géneros y significantes utilizados contemporáneamente, por la creación de efectos de significado producidos por la yuxtaposición y no de la suma de ellos.

En el capítulo 4 abordaremos nuestros análisis y describiremos la página web desde el punto de vista de la trama visual, y a partir de las consideraciones derivadas, pasaremos entonces al análisis narratológico, que concierne los fenómenos narrativos presentes en el sitio web. Siempre siguiendo Abril, se

¹³⁷ Abril, G., 2007, ob. cit., pág. 127.

¹³⁸ Greimas, A.J., Courtés, J., 1979, ob. cit.

pueden adoptar tres enfoques sobre estos últimos, considerando la narración como género, como modo de discurso o como organización sintáctico-semántica (propuesta de la teoría de la narratividad de derivación greimasiana).

Puesto que hemos insertado nuestra propuesta metodológica en el interior de la teoría generativo-estructuralista, aunque de una forma no disciplinar, a la hora de afrontar la descripción de la narración configurada por el sitio web, nos decantamos por centrarnos en lo que Greimas y Courtés definieron como “el principio mismo de todo discurso, narrativo o no narrativo”¹³⁹, en los que se pueden reconocer determinados programas narrativos, osea lo que los sujetos hacen o quieren hacer. La narración se compone por lo tanto de una serie de transformaciones de los estados y de acciones que relacionan los sujetos con los objetos y entre si. Cada texto reposa en una estructura narrativa polémica, en el sentido de que si no hubiese lucha para pasar de un estado a otro, si no hubiera transformaciones, no habría narración. Este esquema remite a una gramática narrativa, donde los sujetos se configuran en función de sus roles narrativos (Sujeto, Anti-Sujeto. Ayudante, Opositor) y los objetos adquieren la relevancia de valores, que como objetivos de los programas narrativos en el interior de la narración, sistematizados entre si, se califican como ideologías. Una vez el análisis llegue a este nivel axiológico, habremos llegado al nivel más profundo de la narración, a las que Greimas llama las estructuras semio-narrativas, y llegado al objetivo que nos hemos propuesto: averiguar las ideologías presentes en los discursos de las instituciones públicas sobre la cooperación al desarrollo y las estrategias comunicativas utilizadas, su coherencia en el interior del texto con los valores propuestos al destinatario y evaluar al final la eficacia de esta comunicación, a partir de la relación que se crea (o se pretende crear) con el destinatario. Es especialmente importante, creemos, para la comunicación a través de Internet lograr que el usuario/navegador sea puesto en grado de reconocer y aceptar ciertos recorridos narrativos, que se construyen tanto a nivel de trama visual como de posibilidades de interacción, porque las alternativas y las diferentes lecturas posibles gracias al texto hipertextual multiplican las probabilidades de la que Eco llamaba una “lectura aberrante” que en el caso del

¹³⁹Greimas, A.J., Courtés, J., 1979, ob.cit.

web se traduce la construcción de un discurso totalmente distinto a la intención del autor. Es decir, gracias al alto grado de interactividad en potencia, a través del web se puede lograr una adhesión casi total y una condivisione del discurso propuesto, pero al mismo tiempo el riesgo de rechazo y fracaso es más alto que en otros tipos de comunicación, porque el destinatario tiene la posibilidad de crear un discurso a casi a medida, distorsionando o contrariando la propuesta del autor¹⁴⁰.

Para precisar la naturaleza de esta propuesta, es conveniente recordar la noción de “contrato” de Greimas-Courtès¹⁴¹:

Conviene reconocer bajo el concepto de contrato aquella comunicación fáctica que constituye la operación preliminar sobrentendida a cualquier comunicación y que parece hecha al mismo tiempo por una tensión (una espera, benévola o malévola) y por una distensión (que es como su respuesta). El establecimiento de la estructura intersubjetiva es la mismo tiempo, por una lado, una abertura sobre el futuro y las posibilidades de la acción, y por otro lado, un vínculo que limita en cierto sentido la libertad de los sujetos.

A nivel textual, la noción de contrato contiene dos niveles: el del enunciado, que concierne los valores pragmáticos y las características extratextuales de los sujetos sociales involucrados, con sus enciclopedias culturales de referencia; y el de la enunciación, inmanente al texto, que concierne los simulacros de los sujetos inscritos a través de sus simulacros, el enunciador y el enunciatario, donde se verifica el carácter del enunciado.

El contrato puede resultar muy útil a la hora de analizar textos mass mediáticos, para explicar la propuesta que el remitente hace al destinatario, a través del tipo

¹⁴⁰Sobre este aspecto nos aclaran las líneas de fuga del modelo rizomático de Deleuze y Guattari, que hemos recordado en el par. 3.3., que, aplicadas a la comunicación a través de Internet, pueden ser interpretadas como una debilidad (en el caso de discursos hegemónicos) o un valor añadido (en el caso de resistencia/revolución) según las intenciones del autor y del destinatario del texto.

¹⁴¹Greimas, A.J. Courtès, J., 1979, ob. cit.

de las estrategias enunciativas inscritas en el texto, sobre el tipo de relación, el mensaje y las características de enunciador y enunciatario. Eliseo Véron ha profundizado este concepto en relación a la prensa escrita, llamándolo “contrato de lectura”, para describir la forma relacional entre remitente y destinatario tal y como se instaura a través de los dispositivos textuales (pronombres, formas verbales, registro, estilo etc.)¹⁴².

Creemos que el concepto de contrato de lectura puede ser muy sugerente a la hora de analizar los sitios Web, sobre todo porque las potencialidades de estos textos, especialmente el grado de interacción que el usuario puede llegar a tener con el remitente a través de los mecanismos enunciativos, pueden variar mucho dependiendo del grado de aceptación y de la tipología del contrato propuesto.

En nuestros análisis de los sitios web, transferiremos estas nociones¹⁴³ y elaboraremos un esquema, descrito en el par. 4.1., para poder comparar los sitios web que forman parte de nuestro corpus.

Es preciso también recordar que para ordenar y catalogar las informaciones y estructurar las páginas web que lo componen, el diseñador de la interfaz ha elegido unos recorridos pragmáticos y cognitivos que propone al usuario, que se pueden asimilar a los programas narrativos propuestos, y que se deducen pasando antes por la informaciones derivadas de la trama visual, que constituye lo que Greimas llama el nivel figurativo.

La interfaz del sitio web incluye una serie de elementos específicos propios del formato hipertextual, que los distinguen de otros más tradicionales, que creemos haya que tener en cuenta. A continuación, proponemos un recopilatorio de estos elementos, pertinentes para el análisis, que aplicaremos a nuestros corpus:

1. URL del sitio o de las páginas (ej. <http://www.unep.fr/pc/sustain/advertising>): el Url constituye el nombre y la dirección de las páginas web, e identifica su posición en la red, además de

¹⁴²Véron, E. *Fragmentos de un tejido*, Barcelona, Gedisa, 1994. El autor, en un celebre trabajo sobre las revistas femeninas, llega a catalogar 8 tipos de contratos, partiendo de los más objetivos, en los que las marcas personales están canceladas (denominados de la “distancia”) hasta los más personales, donde el destinatario es llamado a ser cómplice (denominados de la “complicidad”).

¹⁴³Para profundizar la metodología y las teorías relativas al análisis de textos visuales véase Abril, G., 2007, ob.cit. que hemos utilizado como principal referencia en este trabajo.

proporcionar indicios inmediatos de si estamos en unas páginas internas o si se trata de un sitio independiente, y sobre el recorrido necesario para llegar al tema buscado. En nuestro caso, por ejemplo, recorriendo los sitios oficiales de las instituciones públicas a la búsqueda de las acciones de cooperación internacional, nos hemos encontrado con sitios internos y externos dedicados, con páginas internas dependientes de otros apartados (relaciones internacionales en vez de actividades de la presidencia). Y distintos nombres referidos a estos temas (lo que hemos llamado el universo semántico de la cooperación), desde cooperación a solidaridad a políticas de paz etc. En general, para el análisis de sitios web es importante también el sufijo (.org, .com, .it etc.), porque revela la naturaleza comercial, institucional, cultural o geográfica de los contenidos.

2. Perspectiva del sitio web (exocéntrica o endocéntrica): esta característica se refiere a si el sitio tiene vocación de ser un órgano de referencia para ciertos argumentos, y entonces será lo más actualizado posible y con contenidos originales, o si será rico de enlaces externos a otros sitios, los tipos de enlaces etc.
3. Clasificación del sitio: portal, sitio generalista, vortal, blog etc. Actualmente en Internet existen varios géneros de lo que genéricamente se llama sitio, que en realidad son diferentes los unos de los otros, pese que a primera vista pueden parecer similares. Hay diferencia entre un portal por la complejidad estructural y de contenidos, con la intención de ser una “puerta” para el usuario, que a través de ella navega en Internet, o un blog que tiene una naturaleza muchos más personalizada y específica, normalmente monotemática.
4. Estructura hipertextual: los sitios web, en cuanto hipertextos, tienen una organización interna de las páginas que lo componen, que puede ser abierta (ya no se encuentran casi hipertextos abiertos, al principio de la era Internet sin embargo se intentó dejar la posibilidad al usuario de crear su propio sitio, modificando la estructura on line), cerrada, libre (los argumentos son presentados por asociación mental), jerárquica (argumentos presentados por orden de importancia), a árbol (los argumentos se especifican en varios niveles sucesivos, de forma jerárquica o libre) etc.
5. Instrumentos de navegación: determinan las posibles acciones para pasar de una página a otra o de un apartado a otro en el interior del sitio. Pueden ser

barras de navegación que unen páginas a palabras, o apartados a otros, a través de links unívocos o plurimos (se puede llegar a una misma sección desde distintos puntos y a través de varios instrumentos), cromáticos, visuales etc. Importante es también considerar el tipo de código utilizado: si lingüístico, si se compone palabras, frases, y en que idioma, y a nivel sintáctico, si pasando con el ratón sobre los menús o las guías en línea, se pueden encontrar verbos en infinitivo (ver, insertar, imprimir) o en forma imperativa (contáctanos), sintagmas nominales (herramientas, tabla), etc. A nivel semántico, se analiza el uso de un léxico específico, y las familias semánticas de referencia; si visual, cual es el sistema de las convenciones, que permiten individuar dónde están los puntos de intervención y reconocer el estado de los mismos¹⁴⁴. En algunos casos se utilizan también convenciones sonoras que señalan las acciones del usuario (como el típico sonido de Windows cuando estamos presionando por segunda vez el mismo comando, por ejemplo, al apretar un botón) o los que son autónomos (músicas de fondo, siglas etc.).

6. Espacio topológico: la distribución del espacio en la pantalla, donde se sitúan los apartados y se organizan los elementos internos presentes, los textos, las fotos, los links, los colores utilizados, la gráfica etc.
7. Contenidos textuales: los tipos y la cantidad de textos literarios incluidos, las formas narrativas empleadas, el lenguaje, el estilo, el registro; el empleo de imágenes, las características de las mismas (genéricas, virtuales, fotográficas...), otros géneros visuales (inclusión de una galería multimedia).
8. Metáforas empleadas y géneros textuales (informativo, televisivo etc.): el carácter multilinear de los sitios Web que hemos definido en precedencia lleva el análisis a distinguir los medios de comunicación que el sitio reproduce (por ejemplo un periódico) y las metáforas utilizadas, que son muy importantes para la usabilidad¹⁴⁵ del sitio. Cuanto más las metáforas sean estándares, más se pueden utilizar para que el sitio sea más fácil para los usuarios. La mayoría de

¹⁴⁴Zinna (2004, ob. cit.) analiza estas convenciones como modalidades de existencia semiótica en el caso del programa de escritura Word: potencial, si el botón es más claro o plano que los demás; virtual, si el botón es activo y se puede presionar; actualizado, si los colores son invertidos y con sombras; realizado, si el botón ha estado presionado y el comando hecho.

¹⁴⁵Para el concepto de usabilidad en Internet véase Nielsen, J. *Designing Web Usability*, Macmillian Computer Publishing, 2000.

las metáforas que se utilizan en los sitios Web parten de nuestra experiencia del tiempo y del espacio: es el caso de los “sitios”, el mapa, la navegación o los portales. Algunas vienen de experiencias cotidianas, como la oficina: archivos, carpetas, etc., o la compra (los carritos), o de los libros.

9. Isotopías¹⁴⁶ semánticas, temáticas o visuales. Las redundancias de significados nos interesan especialmente porque relacionan estrictamente el texto con el contexto cultural específico, que explica el uso de ciertos dispositivos abstractos y visuales y no de otros.

A partir de estos elementos, y teniendo en mente el esquema narrativo semiótico que hemos expuesto antes, podemos empezar a formular hipótesis sobre el programa narrativo y los roles de la narración del sitio: qué acciones, con cuáles objetivos y para qué contextos el sitio ha sido proyectado. Los elementos que hemos descrito funcionan como marcas de la enunciación del usuario-lector modelo y del autor modelo, y podemos empezar a reconstruir la imagen que el autor (en nuestro caso, la institución pública) da de sí a través del sitio, su identidad y las ideologías y los valores transmitidos y propuestos a los destinatarios posibles. Podemos hipotizar también el tipo de contrato de lectura, teniendo pero en mente la advertencia de Véron¹⁴⁷ según el cual:

Un análisis semiótico sin trabajo de campo permite conocer en detalle las propiedades del discurso del soporte como se ofrece al lector, pero no nos dice como el contrato de lectura así construido se articula, más o menos bien, con respecto a los intereses, a las esperas, al imaginario de sus lectores.

A este punto podemos, definido nuestro marco metodológico¹⁴⁸, aplicarlo a los análisis del discurso sobre la cooperación internacional presentes en Internet, que abordaremos a continuación en la tercera y última parte de este trabajo.

¹⁴⁶La isotopía es la redundancia, en el texto, de significados. Una isotopía es figurativa si los significados recurrentes provienen de la experiencia sensible, mientras es temática si son conceptos abstractos.

¹⁴⁷Véron, 1989, ob.cit.

¹⁴⁸Esta sección en realidad merecería una tesis de investigación a parte, para profundizar las modalidades de aplicación de la semiótica a los sitios Web, porque creemos que se trata de un ámbito poco estudiado desde un punto de vista metodológico. En este trabajo hemos elegido

centrarnos más en los análisis concretos, concientes de haber simplemente hecho algunas sugerencia de aplicación semiótica y no haber ni de lejos abordado con el necesario detenimiento temas fundamentales.

III PARTE: ANALISI DEI SITI WEB

Capitolo 4. Gli enti pubblici italiani e la cooperazione allo sviluppo: stato, regioni e province

Come abbiamo anticipato nei primi tre capitoli, il corpus di analisi della nostra ricerca è costituito da siti web ufficiali, dedicati alla cooperazione internazionale allo sviluppo, pubblicati da organismi e istituzioni pubbliche.

In questo capitolo, ci occuperemo del caso italiano, attraverso le analisi del sito del Ministero degli affari esteri (Mae), di alcune regioni (non tutti i siti regionali hanno una sezione specifica dedicata a questa tematica) e province, che ci sono sembrate specialmente significative ai fini del nostro lavoro. Abbiamo monitorato questi siti dal 2005, e da allora ci sono stati vari cambiamenti, in alcuni casi rilevanti, a volte (ma non sempre) conseguenza del mutevole panorama politico italiano, altre volte semplicemente per la logica di continua trasformazione e aggiornamento permessa dai nuovi mezzi di comunicazione di massa. In particolare, nel sito web del Mae, a cui dedicheremo ampio spazio, siamo passati da appena una pagina interna dedicata alla cooperazione ad un sito tematico esterno, autonomo. Questa trasformazione ha segnato l'avvicinarsi dei governi Berlusconi (2001-2006), Prodi (2006-2008) e ancora Berlusconi (quello attualmente in carica dall'8 maggio 2008). Visto che non ci proponiamo di svolgere un'analisi diacronica, quanto sincronica e comparativa, terremo conto solo in certe occasioni di questi cambiamenti. Noteremo come la riorganizzazione della pagina web o il suo totale stravolgimento siano in stretta relazione con la situazione politica solo in alcuni casi, in cui ci sembrerà rilevante la relazione con un cambiamento ideologico legato ad un avvicendamento politico, in quanto tradotto nei contenuti e nella struttura narrativa del sito.

Nel paragrafo 3.2. dedicato alla comunicazione pubblica abbiamo già accennato alle caratteristiche attribuibili al genere "pubblico" dei testi che ci accingiamo ad analizzare in questo capitolo, definendo il "pubblico" in relazione al "politico" e sottolineando come sia difficile stabilire dei confini netti fra pubblico e politico, e come l'ambito di riferimento cambi a seconda del referente, i contenuti o i soggetti. Nella descrizione dei risultati delle analisi, proveremo a dimostrare e a verificare lo spostamento parallelo dall'ambito pubblico al privato (a livello narrativo e figurativo) e dal politico all'etico (a livello ideologico), che abbiamo teorizzato anche in precedenza nel capitolo 2 facendo riferimento alla tesi di P. Mésnard, per quanto riguarda l'ambito della cooperazione internazionale allo sviluppo, nel caso di

soggetti pubblici (ma anche politici), alle prese con tematiche altrettanto pubbliche (cooperazione, sviluppo, solidarietà, intervento umanitario, politiche di pace) quanto politiche. Ipotizzare questo “movimento”, in quanto processo discorsivo, significa allo stesso tempo concepire la politica come un concetto distinto e in un certo senso “contrario”, all'etica. Come per la definizione dell'ambito pubblico, che metteremo in relazione con la politica e l'etica alla fine di questo lavoro di analisi, qui non interessa l'ontologia dei due termini, quanto la discorsivizzazione degli stessi che ritroviamo nei mezzi di comunicazione di massa e in particolare in quelli che stiamo studiando, cioè la comunicazione della cooperazione internazionale. In questa direzione, Chantal Mouffe¹⁴⁹ afferma che

Nozioni come “democrazia libera da partigiani”, “democrazia dialogica”, democrazia cosmopolita”, “buona governance”, “società civile globale”, sovranità cosmopolita”, “democrazia assoluta” - per citare solo alcune delle nozioni attualmente in voga- formano tutte parte di una comune visione antipolitica che si nega a riconoscere la dimensione antagonistica costitutiva del “politico”.

Le espressioni utilizzate come esempio da Mouffe sono un perfetto esempio di come, nel linguaggio largamente diffuso nell'arena pubblica mass mediatica, l'isotopia semantica della “eliminazione del conflitto e della differenza” che domina le espressioni “politicamente corrette” caratterizzi il discorso politico pubblico. Come vedremo nelle nostre analisi, questa tendenza si riflette anche nella cooperazione internazionale, in quello che abbiamo chiamato come “universo semantico” della cooperazione. Più avanti, l'autrice avverte il lettore dai pericoli di questa ideologia del consenso, in quanto concepire un mondo senza differenze, senza discriminazioni, comporta un appiattimento della propria teoria democratica su una concezione della società idealizzata, costruita sulla reciprocità e l'empatia, mentre la violenza e il disaccordo sono rilegati a ruolo di valori arcaici, di una società arcaica.

¹⁴⁹ Mouffe, C., 2008, pag. 1, op.cit.

Rancière¹⁵⁰, referendosi al consenso, parla di “virata etica dell'estetica e della politica”:

L'aspetto essenziale di questo processo non è il ritorno alle norme della morale. È, al contrario, la soppressione della divisione che la parola stessa “morale” implicava. La morale implicava la separazione della legge e del fatto. Implicava, allo stesso tempo, la divisione di morali e diritto, cioè la divisione fra le maniere di opporre il diritto al fatto. La soppressione di questa divisione ha un nome, e si chiama consenso. Consenso è una delle parole chiave del nostro tempo. [...] Però il consenso significa molto di più: significa un modo di strutturazione simbolica della comunità, che evacua il cuore stesso della comunità politica, cioè il dissenso.

Il processo di “virata etica” in atto nella società contemporanea descritto da Rancière è veicolato proprio dai mezzi di comunicazione di massa, che hanno un forte peso nella simbolizzazione dell'interazione politica, tanto che l'autore per illustrare il proprio pensiero ricorre ad un esempio cinematografico. La teoria dell'autore ci sembra suggestiva per il nostro lavoro di ricerca dell'immaginario della cooperazione e della nostra tesi sul movimento verso l'asse dell'etica inteso, perché più avanti afferma che una delle modalità in cui si è instaurato Il regno dell'etica è stato sotto forma dell'umanitario.

Questa digressione deve servire per inquadrare l'opposizione che proponiamo come tesi, che vede la politica contraria all'etica, da un punto di vista della funzione simbolica del discorso e delle pratiche comunicative contemporanee che propongono un'ideologia della morale facendola coincidere con l'umanitarismo e pertanto assurgendola a unica opzione possibile, a valore universale che coincide con il bene comune. Per quanto riguarda il nostro studio, questa assiologizzazione fra politica e etica si verifica a livello comunicativo nella cooperazione internazionale, in cui si accompagna allo spostamento dall'ambito pubblico al privato, per cui il discorso dell'istituzione

¹⁵⁰ Rancière, J., *El viraje ético de la estética y la política*, Santiago del Cile, Palinodia, 2006, pag. 29.

pubblica sulla cooperazione si allontana da una presa di posizione politica in quanto collocando simbolicamente questi interventi come un atto che concerne valori come la solidarietà, la pace, l'umanitarismo, li sposta automaticamente in un ambito privato, e così facendo fuori dalla propria competenza. Da un "potere politico" si passa ad un "dovere morale", e quindi si trascende alla volontarietà personale, totalmente opzionale.

Ci accingiamo quindi a riportare parte dei risultati, che riprenderemo alla fine del capitolo, delle analisi semiotiche che abbiamo effettuato sui discorsi delle istituzioni pubbliche.

A questo scopo, nel paragrafo 3.4 abbiamo delineato gli strumenti e la metodologia di analisi, a partire dai quali abbiamo elaborato una sorta di "scheda", prendendo spunto in particolare dalla letteratura relativa alla semiotica dei nuovi media e dall'analisi semiotica di testi verbo-visivi¹⁵¹, che abbiamo applicato a ciascuno dei siti presi in esame. Abbiamo già descritto in precedenza gli elementi che abbiamo considerato nella nostra scheda di analisi, per cui non ci dilungheremo nella sua descrizione dettagliata, limitandoci a includerla come schema appunto, mentre dedicheremo più spazio all'approfondimento di elementi e questioni semiotiche escluse in precedenza per brevità e pertinenza.

In questo capitolo non riporteremo le analisi di ciascuno dei siti web analizzati, che pur citeremo, ma procederemo ad una descrizione comparativa a partire dalle variabili che abbiamo analizzato, incluse nella scheda di analisi. Anticipando i risultati delle analisi, attraverso le quali abbiamo individuato 2 grandi famiglie di siti web di enti pubblici italiani (con due sottogruppi secondari), ci sembra opportuno descrivere estesamente i prototipi e i siti che più si avvicinano al "modello ideale" di ciascuna di queste tipologie. In particolare, ci soffermeremo sulla traiettoria del sito del Ministero degli affari esteri italiano, emblematico per descrivere le caratteristiche rilevate, insieme al sito della Regione Veneto e della Provincia di Bologna.

¹⁵¹ In particolare, come abbiamo già citato, i nostri referenti metodologici per l'analisi dei siti web sono: Cosenza, G., 2004; Ligas, C., Crepaldi, F., *Principi di Net Semiology*, Milano, Hops, 2003; Boscarol, M., *Ecologia dei siti web*, Milano, Hops, 2003; Abril, G., *Análisis crítico de textos visuales*, Madrid, Editorial Síntesis, 2007; Zinna, A., *Le interfacce degli oggetti di scrittura*, Roma, Meltemi, 2004.

Alla fine della parte di resoconto, procederemo ad una sintesi dei risultati, grazie agli strumenti semiotici di riferimento, per cui ci dilungheremo sulle categorie che abbiamo scelto, sui regimi enunciativi, sui percorsi narrativi individuati e formuleremo le prime ipotesi sulle ideologie e i valori contenuti nei discorsi dei siti web delle istituzioni pubbliche italiane.

Inizieremo quindi con la definizione di alcuni concetti specifici della nostra scheda di analisi, per poi entrare nel vivo delle analisi con il sito del Mae e con i risultati delle analisi comparative.

Ricordiamo, per inciso, che l'Italia è divisa in 20 regioni (di cui 5 a statuto speciale, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Sardegna, Sicilia e Valle d'Aosta), più 2 province autonome (Trento e Bolzano, che però non hanno competenza legale in materia di relazioni internazionali e di cooperazione, attribuite alla Regione Trentino Alto Adige). Seguendo questa divisione amministrativa abbiamo iniziato a comporre, nel 2006¹⁵², il nostro corpus di analisi. A parte i cambiamenti nel tempo, abbiamo modificato i siti in esame escludendone alcuni a causa della mancanza assoluta di riferimento a tematiche relative alla cooperazione allo sviluppo, ma anche agli aiuti umanitari, alla solidarietà, alla pace o alle relazioni internazionali¹⁵³. È il caso di Basilicata, Calabria, Molise, Sardegna e Liguria¹⁵⁴, nei cui siti ufficiali regionali non abbiamo trovato nessun riferimento a politiche specifiche attribuibili all'ambito della cooperazione internazionale.

A partire questa prima classificazione, che ci è servita per una selezione delle variabili tematiche che abbiamo ritenuto rilevanti, si è delineato il caso unico della Regione Campania, in cui la cooperazione internazionale è diretta esclusivamente

¹⁵²Da questo momento, quando non faremo riferimento ad anni o date specifiche, è opportuno tenere presente che le nostre considerazioni e affermazioni sono aggiornate a ottobre del 2008, momento in cui stiamo scrivendo la bozza finale del nostro lavoro di ricerca. Se nel caso di altri studi è superfluo, nel nostro caso la data è importante data la mutabilità e i cambiamenti repentini che i siti possono subire, e che renderebbero fuorviante una lettura successiva.

¹⁵³Non stiamo utilizzando a caso questi termini, perché, come vedremo più avanti, dalle analisi risultano rappresentare i vari ricorsi discorsivi, terminologici e tematici utilizzati per arrivare a categorizzare nel sito e a descrivere le politiche relative alla cooperazione allo sviluppo, o alla cooperazione internazionale.

¹⁵⁴Dal 2007 abbiamo cercato di contattare direttamente con queste istituzioni per ricavarne informazioni, ma non abbiamo ricevuto risposta.

alle regioni (questa volta in accezione geografica) del Mediterraneo. Esiste un Assessorato specifico, quello dei Rapporti con il Mediterraneo, in cui si specifica che *“la **Regione Campania** ha assunto un ruolo strategico nel processo di internazionalizzazione del proprio territorio, eleggendo il bacino del Mediterraneo quale area privilegiata per la conclusione di accordi di scambio economico-produttivo e istituzionale-culturale”*. Da una parte, si attua una discriminazione geografica, e dall'altra una settoriale (cooperazione economico-produttiva e istituzionale-culturale), per cui abbiamo escluso la regione Campania dalle nostre analisi specifiche, anche se, come motiveremo più avanti nelle conclusioni, anche questa opzione risulta rilevante al momento di trarre le prime conclusioni sul sistema-Italia in questo ambito.

Infine, un altro caso particolare è rappresentato dalla regione Sardegna, in cui la competenza sulla Cooperazione internazionale è dirottata alle Organizzazioni non governative: dall'home page, si clicca sul sito tematico SardegnaSociale (un portale esterno), nel quale alla voce No Profit troviamo le Organizzazioni Non Governative, in cui per la prima volta nel sito si menziona la cooperazione internazionale:

*I progetti delle ONG hanno come presupposto fondamentale il rispetto totale dei criteri di giustizia e di equità, i loro campi di intervento sono molto vasti e riguardano, a vari livelli, la politica estera , l'economia, la **difesa dei diritti umani**, la globalizzazione, la questione del **debito estero**, **le relazioni tra Nord e Sud del mondo**, ma, soprattutto, **la pace**.*

*Le prime Organizzazioni Non Governative sono nate all'inizio degli anni sessanta come movimento associativo spontaneo in risposta al bisogno sempre più urgente di entrare in contatto diretto con i bisogni delle **popolazioni del Sud del mondo** e di rispondervi con la partecipazione e la **solidarietà**, con l'obiettivo di giungere ad una visione politica comune delle loro problematiche.*

Pur essendo essenzialmente associazioni di volontariato, che impiegano cioè "volontari" in possesso di competenze specifiche e attivi nei paesi in via di sviluppo, le ONG costituiscono una realtà molto diversa dal volontariato comunemente inteso perché la loro struttura operativa è

*professionalmente finalizzata allo svolgimento delle **attività di cooperazione** e composta da cooperanti integrati professionalmente nell'organizzazione di cui fanno parte.*

Gli operatori impegnati nei Paesi in via di Sviluppo sono protagonisti e testimoni del dialogo fra Nord e Sud del mondo ed incarnano, nel loro lavoro quotidiano, la funzione più specifica e cruciale di ogni ONG, che non si limita ad alleviare le situazioni di povertà, disagio e sofferenza, ma tende ad inserirsi e ad incidere concretamente nei processi sociali e politici delle comunità in cui opera.

Le risorse umane delle ONG sono impegnate in ogni parte del mondo in cui si sceglie di intervenire per cercare di capire e rimuovere le cause che impediscono o frenano lo sviluppo, e per favorire un clima di pace e di convivenza sociale¹⁵⁵.

Nonostante questo paragrafo ci sia sembrato interessante e lo riprenderemo più avanti al momento di formulare le nostre ipotesi e conclusioni, lo abbiamo escluso dalla nostra analisi dei siti pubblici dedicati a questi temi, perché si è reso esplicito che nelle politiche programmatiche dell'ente regione Sardegna la cooperazione non è una tematica di rilevanza istituzionale e pubblica, quanto relativa a istituzioni non governative, quindi da gestire in ambito privato. Torneremo comunque su queste considerazioni.

A questo punto, i siti di cui abbiamo realizzato delle analisi semiotiche in profondità sono stati: Ministero degli Esteri (parte interna e sito esterno, con un'analisi cronologica dell'evoluzione subita nel tempo); le regioni Abruzzo, Emilia-Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Lombardia, Marche, Toscana, Piemonte, Umbria, Veneto, Puglia, Sicilia, Trentino Alto Adige e Valle d'Aosta. Abbiamo aggiunto la provincia di Bologna per la "prototipicità" del sito e il sito dell'Osservatorio Interregionale Cooperazione Sviluppo (OICS), per il ruolo di sintesi e di coordinamento che svolge a livello regionale.

Dato che la nostra ricerca si è svolta principalmente su Internet, per le specificità e le caratteristiche legate a questa particolare arena pubblica che abbiamo esposto

¹⁵⁵ <http://www.sardegna sociale.it/indirizzi/ong/>

nel capitolo 3, abbiamo avuto modo di studiare e visionare molti siti web dedicati ai temi che abbiamo preso in considerazione (abbiamo già accennato alla rilevanza assunta dalla terminologia legata alle sezioni dei siti web e ai loro nomi, nonché in quella contenuta nei testi interni, e all'universo semantico di riferimento), di cui ci serviremo per approfondire le analisi e come esempi comparativi utili a supportare le nostre argomentazioni finali.

Passiamo quindi alla descrizione della scheda di analisi che abbiamo elaborato per applicare gli stessi criteri all'insieme dei siti, a partire dagli strumenti e dalla metodologia semiotica che costituisce il nostro punto di partenza fondamentale, come abbiamo esposto nel capitolo 3.

4.1. La scheda di analisi

Come abbiamo già accennato in precedenza, prima di iniziare le analisi dei documenti e dei testi pubblicati dalle istituzioni italiane in Internet, abbiamo elaborato una scheda di analisi in modo da poter effettuare uno studio comparativo, confrontando gli stessi elementi che abbiamo considerato rilevanti per tutti i siti.

Le variabili che abbiamo preso in considerazione provengono da strumenti metodologici forniti dalla semiotica del testo, in particolare da quella di matrice strutturalista e greimasiana, che abbiamo specificato nel capitolo precedente. Adattandoli al formato del sito web e alle caratteristiche dei particolari tipi di testo che troviamo nella rete, che, sottolineiamo di nuovo, dipendono e sono influenzati dalle tecnologie di interazione e di costruzione degli stessi, nonché dalla particolare "semiosfera" che costituisce l'ambito pubblico di Internet, in cui si intrecciano le relazioni fra i testi, oggetti e soggetti, e in particolare, si costruiscono i discorsi e le strategie comunicative.

È importante sottolineare queste peculiarità prima di iniziare le analisi, perché abbiamo elaborato il nostro schema a partire dal percorso narrativo del senso, e dalle teorie dell'enunciazione, arricchendolo però con considerazioni ed elementi relativi all'uso e al consumo dei siti web come prodotti culturali, che suppongono un ruolo specialmente attivo nei destinatari e utenti di questi stessi testi.

Anche se abbiamo parlato di "mitologia dell'interattività", ciò non toglie che per scandagliare il percorso della significazione (percorso costruito tanto da parte dell'enunciatore come dell'enunciatario) per arrivare ad ipotesi ideologiche dei

valori messi in gioco, bisogna tener presente differenti gradi di libertà o di percorsi possibili. Pur, ribadiamo, senza uscire dai limiti imposti da schemi mentali preesistenti agli ipertesti e alla loro programmazione, che all'interno degli stessi siti web permettono all'utente di percorrere varie strade, e compiere scelte previste dall'uso e dalla lettura proposti.

Allo stesso tempo, queste scelte sono condizionate da fattori come la navigabilità, l'accessibilità del sito e l'usabilità (particolarmente rilevante per i casi in cui la Cooperazione Internazionale viene trattata dagli enti italiani come un sub-tema fra gli altri e quindi trattato internamente), che abbiamo incorporato nel nostro schema, anche se non sempre formano parte del piano semiotico di riferimento. Inoltre, bisogna tener presente che siamo sempre partiti da un sito preesistente, come soggetto e oggetto semiotico, e cioè quello dell'ente pubblico, e al cui interno abbiamo cercato le tematiche relative alla cooperazione internazionale allo sviluppo. Spesso ci siamo quindi trovati ad analizzare non un sito a sé stante, ma una parte dello stesso, interno al sito principale e coerente con esso in quanto a struttura, architettura eccetera. In questi casi, abbiamo focalizzato l'analisi sui testi, avvicinandoci molto di più ad una classica analisi testuale, in cui l'influenza del formato ipertestuale si è ridotta fino a diventare quasi irrilevante.

IDENTIFICAZIONE DEL SITO

Percorso per arrivare al tema di riferimento
URL del sito (posizione e path)
Prospettiva del sito (esocentrica/endocentrica)
Sito esterno o interno

CLASSIFICAZIONE DEL SITO

Portale, sito generalista, portale verticale ecc.

STRUTTURA IPERTESTUALE

Ad albero, libera, gerarchica ecc.

TRAMA VISIVA DELL'INTERFACCIA GRAFICA

- Organizzazione delle sezioni: topologia della pagina web (forme, spazi, linee)
- Metafore e generi testuali; rimediatizzazione
- Strumenti di navigazione e link ipertestuali (singoli, plurimi, da parola a pagina, extrasito, intrasito, valore cromatico dei link)
- Testi verbovisivi presenti: tipologia delle immagini (grado di iconicità, uso e funzioni, isotopie)
- Codici linguistici (testi, sintagmi, forme verbali, lessico), codici visivi (immagini, tipologia, uso, funzione), codici sonori

USABILITÀ

- Barre di navigazione come sistema di navigazione

- Accessibilità e navigabilità
- Possibili azioni che si possono compiere
- Genere, stile e registro dei contenuti: reperibilità degli stessi, completezza, linguaggio, aggiornamento

ANALISI DELLA NARRAZIONE

Modalità del discorso (descrizione, argomentazione, successione di fatti)
Narratività (organizzazione semantico-sintattica del testo; enunciazione; il contratto di lettura; isotopie e metafore adottate)

STRATEGIE COMUNICATIVE

IDEOLOGIE

Le voci di questa scheda di analisi sono state derivate a partire dalle considerazioni metodologiche descritte nel paragrafo 3.4, e in particolare dagli strumenti teorici utilizzati da Gonzalo Abril (2007).

Per esemplificare la nostra modalità di analisi, e allo stesso tempo iniziare ad addentrarci nei risultati e nei tipi di discorsi che abbiamo rilevato a partire dalle stesse, a continuazione proponiamo come esempio l'analisi del sito web del Ministero degli Affari Esteri. La traiettoria in Internet della tematica della cooperazione italiana allo sviluppo, così come è comparsa e si è trasformata nel tempo, ci sembra rilevante da un lato per mostrare l'applicazione degli strumenti semiotici che abbiamo descritto, dall'altro per iniziare a formulare delle ipotesi sulle strategie di comunicazione adottate dalle istituzioni pubbliche, e alle ideologie ad esse soggiacenti, che sono lo scopo ultimo della nostra ricerca. A questo proposito, formuleremo delle ipotesi circa l'esistenza di modelli di siti, e porremo l'esempio di due in particolare, che descriveremo nel dettaglio per illustrare la nostra tesi.

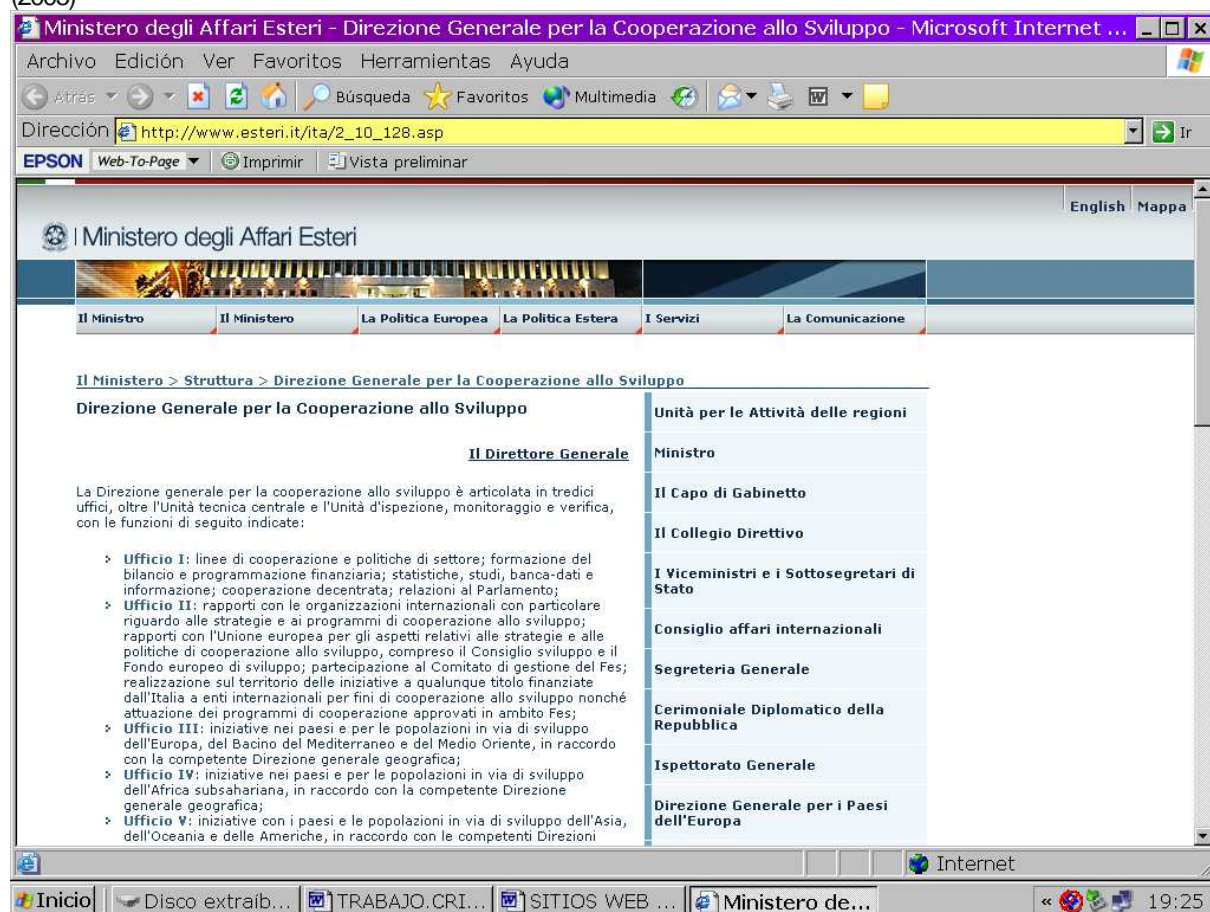
A queste prime esposizioni, estese, seguiranno la descrizione dei risultati delle analisi degli altri siti, che serviranno ad illustrare i modelli comunicativi che proponiamo, senza soffermarci sui singoli casi.

4.2. Il Ministero degli Affari Esteri e la Cooperazione allo Sviluppo: il sito nel 2005

Iniziamo dal sito web del Ministero degli Affari Esteri italiano. Come abbiamo ricordato nel paragrafo introduttivo, il sito ha subito almeno tre grandi modifiche, tanto grafiche quanto strutturali e di contenuto, che abbiamo avuto modo di seguire dal 2005 ad oggi (2008). Nel 2005, quando abbiamo iniziato il nostro

monitoraggio, la tematica relativa alla cooperazione Internazionale allo sviluppo, come si vede nella figura 1, costituiva una sezione interna al sito istituzionale, quella dedicata alla Struttura del Ministero, dove a sua volta erano situate le pagine descrittive sulle attività e sulla struttura, appunto, della Direzione Generale per la Cooperazione allo Sviluppo.

Fig.1. La sezione del sito del Mae dedicata alla Direzione generale per la Cooperazione allo Sviluppo (2005)



4.2.1. Identificazione e struttura del sito

Seguendo le nostra scheda di analisi, il primo dato che registrammo fu che il percorso per arrivare a ciò che ci interessava, la politica di cooperazione¹⁵⁶ o comunque qualsiasi tipo di discorso che abordasse questa tematica, passava

¹⁵⁶Nel momento in cui abbiamo iniziato le analisi, ci siamo trovati subito di fronte ad un problema “terminologico”, che rifletteva un sistema di categorizzazione tematico, nonché politico e ideologico. Noi cercavamo discorsi su “cooperazione internazionale allo sviluppo”, ma ci è apparso subito chiaro che, in molto siti istituzionali italiani, si impiegava una serie di termini differenti per catalogare gli interventi in materia di cooperazione. Quindi, la nostra ricerca ha seguito, in mancanza di riferimenti concreti, un criterio per “oggetti”, gli interventi all'estero, per risalire a identificare discorsi, quindi politiche, strutture e canali di comunicazione.

attraverso la descrizione della struttura del Ministero e della funzione amministrativa assegnata all'organizzazione dello stesso. Infatti non era possibile una navigazione tematica (che invece negli anni seguenti abbiamo visto spesso nei portali istituzionali), a parte quella prevista dalla barra di navigazione principale, quella orizzontale in alto (in questo caso costituita da Il Ministro, il Ministero, la Politica Europea, la Politica Estera, I servizi e la Comunicazione). Tanto il sistema di navigazione quanto l'interfaccia grafica, percorribile attraverso barre di navigazione, verticali e orizzontali, rispondevano a una struttura gerarchica ad albero, molto classica peraltro, e chiara, perché grazie al *path*¹⁵⁷ in evidenza, per la sua posizione privilegiata, subito sotto la barra di navigazione principale in alto e prima che si aprisse lo spazio della pagina (lo spazio del testo, in questo caso), e per l'organizzazione dello spazio (un'area quadrata per il contenuto testuale, delimitato da due barre di navigazione, fisse, e senza la possibilità di link attraverso parole), simile a quello di una pagina di un libro. Allo stesso tempo, visivamente, tanto per le poche immagini contenute (una striscia di "minifoto" appena distinguibili fra loro, tono su tono con i colori del sito) quanto per i colori (un istituzionale blu-grigio con sfumature varie), le font e gli stessi colori dei link, il sito poteva essere classificato come istituzionale, con una prospettiva che potremmo chiamare esocentrica nel senso che la funzione svolta dallo stesso, a parte compiere le normative statali di trasparenza e informazione della amministrazione pubblica¹⁵⁸, era essenzialmente di fornire informazioni basiche sull'organizzazione e le funzioni del Ministero, a beneficio dell'utente del sito (che potremmo identificare con un il cittadino nell'accezione più generale del termine, anche se italiano, perché per i turisti e gli stranieri erano previste le apposite sezioni **BENVENUTI IN ITALIA. CONOSCERE, INVESTIRE, VISITARE e VIAGGIARE SICURI**¹⁵⁹).

¹⁵⁷Il path-o "percorso a briciole di pane"- è un indicatore del percorso fatto per arrivare a quella determinata pagina dell'ipertesto: ad esempio *Ministero>Struttura>Direzione Generale per la Cooperazione allo Sviluppo*.

¹⁵⁸Per un trattamento esaustivo e completo delle norme italiane in materia di comunicazione e informazione della pubblica amministrazione, rimandiamo a Grandi, R. *La comunicazione pubblica. Teorie, casi, profili normativi*, Roma, Carocci, 2001, cap. 4.

¹⁵⁹Nella figura 1 non sono visibili queste sezioni, collocate in una barra di navigazione a destra dello schermo (la destra dell'utente), perché si tratta di una barra di strumentazione secondaria, e formata da link associativi (che conducono all'esterno del sito), per cui navigando a partire dalla

4.2.2. Trama visiva dell'interfaccia grafica

I contenuti del sito, nella loro veste metatestuale, confermano questa funzione essenzialmente referenziale e rappresentativa dell'autorità statale,. Per attenerci alle pagine dedicate alla cooperazione allo sviluppo, ma che possiamo generalizzare al resto delle sezioni, si iniziava con la descrizione degli uffici e della loro funzione e competenze, e di lì, grazie a tre righe di testo, si spiegava la struttura della DG in questione, il suo essere articolata in 13 uffici più un'UNITÀ TECNICA CENTRALE e un'UNITÀ D'ISPEZIONE. Gli uffici venivano descritti per Numeri Ordinari successivi (in azzurro e grassetto), non per nome, ed erano seguiti dalla didascalia delle funzioni svolte da ogni ufficio.

Non veniva spiegata l'attività della DG e la sua ragione di essere, come invece avveniva per le altre DG e le altre sezioni, dove prima di spiegare le funzioni degli uffici che compongono la DG, ordinati sempre per numeri successivi, si spendevano varie righe per spiegare le funzioni svolte. Questa differenza avrebbe potuto essere interpretata come un segnale significativo, ma preferimmo ipotizzare si trattasse di ragioni di spazio: la DGCS è quella che ha il numero di uffici più elevato, 13, e si lasciava quindi alla descrizione degli uffici la deduzione del ruolo e della funzione della DG che ci interessa (e quindi della cooperazione stessa).

4.2.3. Le strategie enunciative del sito: prime ipotesi

Iniziamo quindi a formulare delle ipotesi sulla strategia enunciativa e la struttura narrativa proposta dal sito. È lo stesso enunciatore reale del sito a chiarire le direttive e le scelte effettuate nella redazione e la progettazione dello stesso, in una metacomunicazione utile a definire il destinatario reale della comunicazione web. Si leggeva testualmente che il sito *si propone come strumento di informazione e di consultazione per i cittadini, italiani e stranieri, gli operatori della stampa, gli imprenditori, i turisti e chiunque desideri conoscere o servirsi delle informazioni disponibili*. Si presentava quindi come un sito generalista, anche se in realtà la struttura e la navigazione rimandano piuttosto ad una natura istituzionale, e il registro comunicativo dei testi presenti fosse amministrativo-burocratico, si utilizzassero termini specifici, e per questo più utile ad un dipendente dello stesso Ministero o ad uno specialista in materia.

barra di sinistra (o da quella orizzontale in alto), costituenti i link strutturali, queste sezioni venivano occultate.

Nel caso della Direzione Generale per la Cooperazione allo Sviluppo, questa scarsità di informazioni generiche era ancora più evidente, dato che a parte la descrizione degli uffici e delle loro competenze, non trovammo altre informazioni sugli interventi e i progetti intrapresi.

Analizzando i termini utilizzati, osservammo che il termine COOPERAZIONE veniva usato 9 volte, accompagnato per lo più da "sviluppo", ma anche dall'aggettivo "decentrata" e "finanziaria". Iniziammo quindi ad osservare quella che, come vedremo anche per gli altri siti, ci è sembrata una delle caratteristiche più significative e comuni: la ricorrenza di certe parole, a volte combinate fra loro in forma differente, e utilizzate per designare le stesse tematiche e gli stessi oggetti del discorso. Sin da questo primo sito, analizzato nel 2005, abbiamo iniziato a postulare l'esistenza di un campo semantico e concettuale della "cooperazione allo sviluppo" italiana, che includerebbe le macro-famiglie di *cooperazione, sviluppo, solidarietà, emergenza, aiuti umanitari, pace, diritti civili, politiche sociali*. Ritourneremo su questo nella fase conclusiva del capitolo.

Proseguendo con l'analisi del sito del Mae del 2005, trovavamo, oltre alla predominanza del tema amministrativo e finanziario (l'Ufficio XII, che consta del maggior numero di linee utilizzate per spiegarne la funzione, è interamente dedicato alla gestione del personale esterno al MAE, da cui ipotizziamo anche l'importanza dell'apporto esterno nelle pratiche e negli interventi di cooperazione¹⁶⁰), l'esplicitazione di 5 ambiti di azione: INTERVENTO UMANITARIO DI EMERGENZA, AIUTI ALIMENTARI, RUOLO DELLA DONNA, TUTELA DEI MINORI E DEI PORTATORI DI HANDICAP.

Dato che erano gli unici temi ad essere direttamente citati, ci trovammo di fronte all'unica categorizzazione tematica disponibile per designare gli ambiti di competenza delle strutture. Il punto di vista narrativo di questa suddivisione ci portò a supporre che si trattasse di temi prioritari nelle attività della DGCS (a parte l'automantenimento), che si caratterizzava quindi come incentrate sulle emergenze e sulla tutela delle minoranze e dei soggetti deboli (donne, bambini e portatori di handicap). Non potemmo però verificarlo a partire dal sito, dato che le attività degli uffici della DGCS si incrociavano con le DG delle aree geografiche di intervento:

¹⁶⁰ Importanza dell'apporto esterno che ci porta a formulare l'ipotesi di una funzione "esterna" svolta dall'Istituzione del Ministero degli Esteri nella politica di cooperazione allo sviluppo, che non va oltre la concessione di contributi, il finanziamento e la gestione della propria struttura.

l'Ufficio III si raccorda alla DG per l'Europa, Bacino del Mediterraneo e Medio Oriente (che fra l'altro, nella struttura del Ministero, fa riferimento a 2 distinte DG, quella per l'Europa, e quella per i Paesi del Mediterraneo e del Medio Oriente (piccola discrepanza nei termini di riferimento, che si nota anche altrove nel sito, dove le stesse sezioni vengono chiamate con termini leggermente differenti o incompleti); l'Ufficio IV con la DG per l'Africa Sub-Sahariana; l'Ufficio V si rapporta alla DG per i paesi dell'Asia, dell'Oceania e dell'Antartide (dimenticando di includere il Pacifico, che invece viene specificato nel nome della DG che compare sulla fascia verticale a destra) e alla DG per i Paesi delle Americhe.

Da sottolineare che veniva impiegato il termine paesi IN VIA DI SVILUPPO, mentre non si parlava mai di paesi SOTTOSVILUPPATI (a livello di registro comunicativo, rimaniamo quindi in pieno in uno stile istituzionale, per sfociare nel politicamente corretto).

Rispetto agli altri organismi che compongono la struttura del MAE (a parte la Segreteria Generale, che si articola in 4 Unità, e la DG per il Personale, che oltre a 6 uffici dispone di un'Unità per i Rapporti con le Organizzazioni Sindacali), la DGCS dispone anche di due Unità: l'Unità Tecnica Centrale, che sembra occuparsi della fase di esecuzione delle attività della DGCS, e l'Unità d'ispezione, monitoraggio e verifica delle iniziative stesse. Nel sito non veniva specificata la differenza fra Unità ed Uffici.

È lecito supporre, conoscendo la macchina amministrativa italiana, che nella DGCS le Unità citate siano il braccio di esecuzione e controllo delle attività, quindi quelle più coinvolte e informate dell'effettivo andamento dei programmi e delle attività di cooperazione internazionale pianificate politicamente dagli uffici. Una sorta di divisione dei poteri legislativo, esecutivo e giudiziario della DGCS, che in questo senso sembra garantire funzionalità, efficienza e trasparenza, e la base di una struttura democratica. Sempre gerarchica, non partecipativa, né con altre funzioni comunicative che non siano le referenziali e di informazione e trasparenza amministrativa.

Per non dilungarci troppo nell'analisi specifica di una versione antiquata del sito, concludiamo affermando che nel 2005 la cooperazione internazionale allo sviluppo occupava nel sito del Ministero degli Affari Esteri italiano lo stesso rilievo di una sezione come le altre, formata da una pagina interna, e il cui contenuto era principalmente volto a descrivere le competenze degli uffici e la struttura di

gestione. Per cui si rimaneva su un piano di comunicazione pubblica senza nessuna dichiarazione politica, di introduzione concettuale alla cooperazione né dei rimandi ai progetti concretamente intrapresi.

4.2.4. Considerazioni sui risultati dell'analisi: la strategia comunicativa della distanza istituzionale

Le caratteristiche degli strumenti di navigazione, la topologia spaziale, la trama visiva e narrativa (validi anche per il resto del sito del Ministero) confermavano una strategia enunciativa basata sulla distanza, uno stile formale, in cui abbondavano i discorsi in terza persona e i sintagmi nominali, la gerarchia (grande spazio alla figura del ministro, e al resto delle cariche).

Iniziamo a intravedere quella che sarà una tipologia di narrazione ricorrente, in cui le tematiche non si definiscono, o non costituiscono l'oggetto di valore, e ad entrare nelle "famiglie" semantiche che compongono l'universo della cooperazione pubblica (o governativa), come abbiamo accennato con l'enumerazione della terminologia utilizzata.

L'enunciatore si delinea come l'autorità statale e il destinatario (o enunciatario empirico) è individuato chiaramente (dall'enunciatore empirico, il Servizio Stampa e Informazione del Mae, come abbiamo visto in precedenza), almeno nell'*intentio auctoris*, in un pubblico indefinito, generalista.

Allo stesso tempo, visti i meccanismi enunciativi che abbiamo delineato brevemente, l'enunciatario iscritto nell'ipertesto web sembra assumere le caratteristiche di un'organizzazione o di una categoria di persone esperte, in un certo senso, tanto per poter comprendere il tipo di linguaggio "burocratico-amministrativo", e competenti o motivate nella ricerca di informazioni sulla cooperazione italiana. Capaci quindi di trarre le conseguenti conclusioni, dato che in caso contrario un cittadino comune, dotato di competenze medie, difficilmente potrebbe dedurre di cosa si occupa ogni ufficio in concreto, al di là della denominazione (esempio: l'unità TECNICA CENTRALE). E, in ogni caso, a meno che non fosse particolarmente interessato ed esperto in temi di cooperazione, non troverebbe nemmeno immediatamente questa sezione, che pur rispondendo a criteri minimi di accessibilità e facile navigazione¹⁶¹, non è assolutamente in rilievo

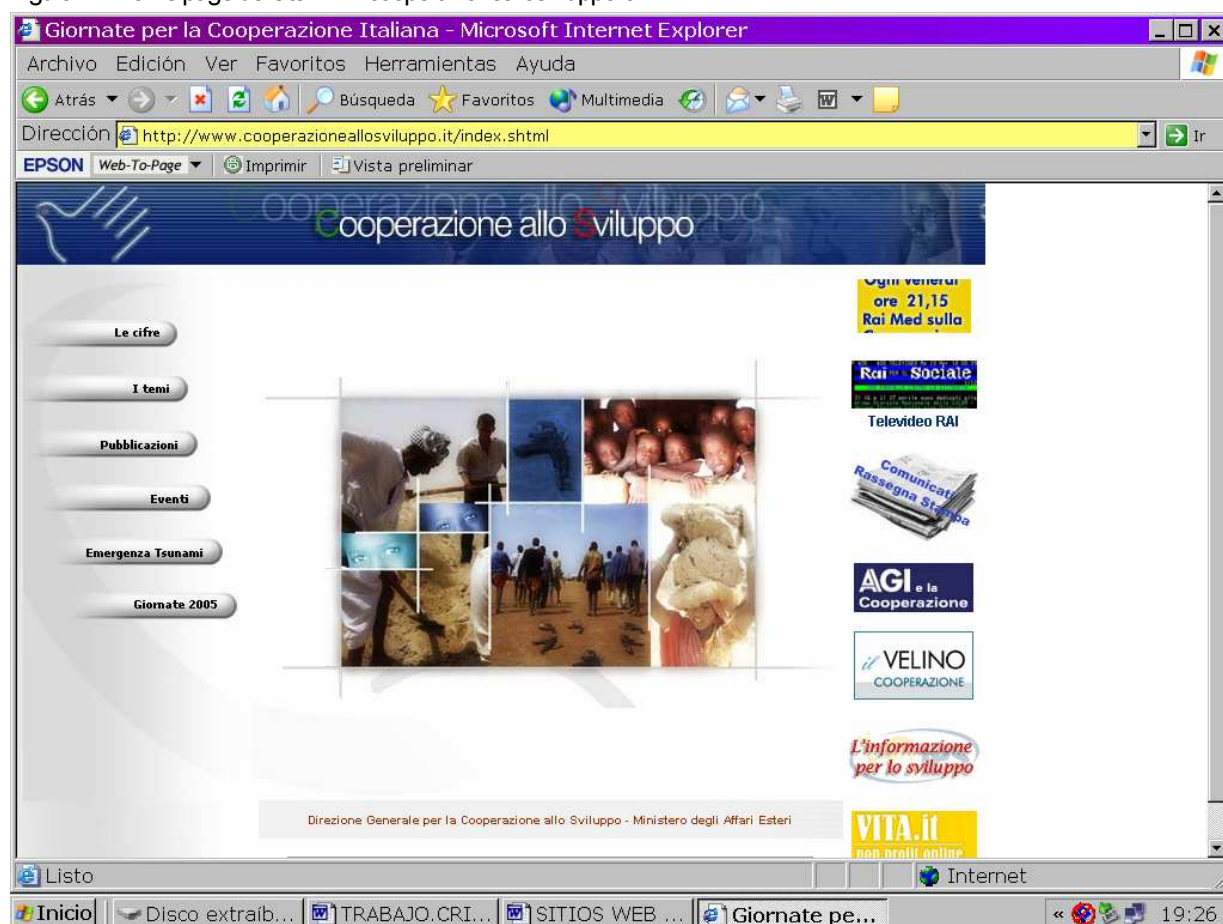
¹⁶¹ Nello stesso apparato citato sopra, procedente dal sito del Mae, nella dichiarazione del Servizio Stampa e comunicazione si specifica la volontà di compiere con standard di accessibilità e usabilità.

rispetto o differente a qualsiasi altro ufficio o struttura. Inoltre, a parte il Ministro e il corpo diplomatico, non si fornisce telefoni, nomi o persone di contatto, né mail, però cui la funzione di informazione è piuttosto scarsa, mentre quella di partecipazione o interazione, nulla.

4.3. Il sito della cooperazione allo sviluppo del Mae nel 2006

Nello stesso anno, 2005, in occasione delle Giornate per la Cooperazione Italiana, svoltesi dal 27 ottobre al novembre al 6 dicembre del 2005, scopriamo che il Mae ha pubblicato un sito a parte, esterno a quello ministeriale, che dall'URL di riferimento sembra dedicato alle attività della Cooperazione allo Sviluppo (Figura 2).

Figura 2. L'home page del sito www.cooperazioneallosviluppo.it



Si legge infatti che *la scelta di utilizzare una griglia semplice ma rigida e una connotazione minimalista degli aggettivi grafici è dettata dall'intento di assicurare una adeguata velocità di connessione degli utenti.*

4.3.1. Identificazione e struttura del sito

Questa intenzione ci è sembrata subito contraddittoria, poiché nella barra del navigatore Internet impiegato¹⁶² si legge GIORNATE PER LA COOPERAZIONE ITALIANA (vedi Figura 3), indicando chiaramente il riferimento e la prima ragione d'essere del sito, che non sembra quindi nascere quindi da un'esigenza di dedicare uno spazio specifico all'argomento, creando un apposito sito tematico, per approfondirla, ma piuttosto dall'occasione dell'organizzazione di un evento, che ha bisogno di comunicazione esterna per la diffusione e la pubblicità¹⁶³.

Figura 3.



Un sito-vetrina classico, come ormai comune creare in occasione di qualsiasi “prodotto” culturale, sia esso un film, un evento, un progetto, che svolgono la pura funzione di “presenza” nello spazio mediatico di Internet e di informazione basica. Non avendo potuto accedere al sito nel 2004, né essendo ad oggi disponibile, non sappiamo come fosse strutturata la sua architettura. Nel 2005, i link strutturali, a sinistra dell'home page, e quelli associativi, costituiti da sole icone, sulla destra, insieme alla grafica, sottolineano da subito una differenza radicale rispetto al sito del Ministero degli Affari Esteri. Dalla descrizione gerarchica e strutturale, passiamo a quella per tematiche e oggetti (e contemporaneamente ci spostiamo ad un genere di sito, non più istituzionale): LE CIFRE, I TEMI, PUBBLICAZIONI, EVENTI, EMERGENZA TSUNAMI, GIORNATE 2005 (la cui mancanza di ulteriore specifica, ci conferma di nuovo la sua natura come strumento di comunicazione per questi eventi in particolare, più che ad una funzione specifica per le politiche della Cooperazione Italiana).

¹⁶² Nel caso dell'Explorer di Windows, la barra è la striscia blu elettrico-che nell'immagine catturata dalla Figura 2 appare distorta in violetto- che delimita la finestra, l'interspazio compreso fra lo spazio fisico dello schermo e quello virtuale dell'home page, con i comandi per ridurre, ampliare e chiudere la finestra e aprirne un'altra.

¹⁶³ Questa funzione del sito trova anche una conferma “extradiegetica”, poiché nella pubblicazione relativa alle Giornate per la Cooperazione Italiana svoltesi del 2004 (dal 4 novembre al 7 dicembre), fornitaci dal Servizio Stampa del Ministero degli Esteri (nel 2004 non avevamo ancora iniziato la nostra ricerca) troviamo come sito web di riferimento www.giornateperlacooperazione.it, la stessa denominazione registrata dalla Barra di Navigazione di Windows. Si deduce quindi che in un primo momento il sito venne registrato e comprato per le Giornate, e poi si dovette decidere di lasciarlo attivo cambiando il dominio in www.cooperazioneallosviluppo.it ma non l'hosting.

4.3.2. La trama visiva: simboli e giochi ottici

In questo caso, ci sembra interessante soffermarci sul cambio radicale di struttura, spazio visivo e sulle sue conseguenze in quanto a strategie dell'enunciazione impiegate. In primo luogo, questo sito (esterno ed esocentrico) non ha quasi nulla in comune con il sito del Mae (da cui però si accede), a partire dal nome, dal sistema di navigazione (per barra tematica e per icone) e soprattutto per la grafica (iniziando dalla fotografia centrale, un collage¹⁶⁴, composto da fotografie -non da immagini generiche come nel sito del Mae- che rappresentano i destinatari della cooperazione e degli aiuti), i colori (azzurro di fondo ma ravvivato da giochi di testura, da font più distinta, in generale si cerca un risultato estetico più accattivante, e dalla particolarità della linea geometrica diagonale della barra di navigazione verticale a sinistra) e soprattutto dal logo (Fig. 4).

Figura 4. Il logo della cooperazione italiana allo sviluppo



¹⁶⁴ Il genere "collage" nelle foto introdotte nei siti dedicati alla cooperazione internazionale, non solo istituzionali ma anche delle Ong, è una scelta ricorrente che illustreremo in appendice con degli esempi.

La scelta di creare un logo, in generale, risponde da un lato ad un'esigenza di identità propria, e in questo caso si tratterebbe del logo specifico e dell'identità della cooperazione italiana, che quindi cerca una differenziazione all'interno del Ministero degli Esteri (che pur rimane presente, tanto nel sito, come si legge in basso come firma, in arancione: Direzione Generale per la Cooperazione allo Sviluppo – Ministero degli Affari Esteri, quanto nel logo stesso). Dall'altro lato, risponde ad esigenze di proiezione di immagine¹⁶⁵ esterna, alla necessità di farsi conoscere e di comunicare esternamente la propria identità. In questo senso, il logo scelto è piuttosto significativo per gli obiettivi che ci siamo posti in questa ricerca. In primo luogo, notiamo l'utilizzo della strategia dei giochi ottici¹⁶⁶, da sempre in voga per catturare l'attenzione del lettore, nei vari campi di applicazione (artistico, pubblicitario, satirico...): in questo caso, la forma di una mano che allo stesso tempo rappresenta una colomba. Due figure di per sé altamente simboliche, che evocano significati e valori in modo inequivocabile, che ci forniscono una chiave per arrivare alle ideologie che stiamo cercando di mettere in luce.

La mano è simbolo di aiuto, amicizia, collaborazione, tanto nelle espressioni linguistiche (per esempio, “dare una mano” come sinonimo di “aiutare”) quanto nelle azioni quotidiane (ci si stringe la mano per amicizia o per presentarsi, o per riappacificarsi) come nell'immaginario visivo (la mano è utilizzata in moltissimi ambiti e occasioni, specialmente da associazioni, cooperative e Ong, specie se associata all'altrettanto iconografico mappamondo¹⁶⁷). Quindi, in sintesi, di

¹⁶⁵ Per una esaustiva trattazione dei concetti di immagine e identità da un punto di vista semiotico, si veda Grandi, R. “La corporate image come oggetto semiotico”, in Grandi, R. (a cura di), *Semiotica al Marketing. Le tendenze della ricerca nel marketing, nel consumo, nella pubblicità*, Roma, Franco Angeli, 1997.

¹⁶⁶ Alcuni esempi di giochi ottici, fra i più classici del genere:



¹⁶⁷ Proponiamo alcune immagini come esempi, mentre per la trattazione sull'uso del globo/mondo rimandiamo a Davila Legerén, A., “Un globo paródico e incidental. A propósito del icono canónico de la globalización en-Cubierta”, in *Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 12, 2007, pag. 151.

cooperazione nel senso più solidario del termine. Allo stesso modo, la colomba, l'altra faccia del logo che stiamo esaminando, è IL simbolo di pace per eccellenza, con connotazioni religiose (rispetto alla laicità, per esempio, dell'Ulivo, che comunque nonostante in Italia abbia cercato di riscattarsi come simbolo e nome delle coalizioni politiche guidate da Romano Prodi, ha finito per portarsi dietro spettri di clericalismo) ma soprattutto di pace universale. Da un punto di vista puramente comunicativo, ci sembra che il logo sia funzionale, anzi la trovata visiva della doppia significazione non è scontata né facile da ottenere. Dal punto di vista della nostra analisi, volta a scandagliare i discorsi messi in atto dalle istituzioni pubbliche sulla cooperazione internazionale, quest'immagine è particolarmente significativa proprio per i valori a cui si riconduce. Se valutiamo l'immagine, con Aumont¹⁶⁸, dal punto di vista delle relazioni con il mondo, possiamo dedurre che:

- la funzione simbolica è pienamente svolta, data l'alto livello di simbolismo e di iconicità delle figure scelte, la colomba della pace e la mano della solidarietà;
- la funzione estetica anche, visto che le due figure sono combinate attraverso il gioco ottico, l'illusione, il meccanismo della doppia lettura, che stuzzica e compiace il lettore che la decifra;
- la funzione epistemica, che ci informa che la cooperazione italiana (che nelle varie versioni del logo accompagna letteralmente l'immagine, rafforzando l'appartenenza istituzionale con i colori della bandiera, bianco, rosso e verde) significa pace e solidarietà, valori fra l'altro coerenti anche con quanto avevamo trovato sul sito del Mae, in riferimento alle uniche tematiche chiaramente esplicitate, come abbiamo già enumerato nel paragr. 4.2.1.



¹⁶⁸ Citato in Abril, G., *Análisis crítico de textos visuales*, Madrid, Editorial Síntesis, 2007, pag. 50.

4.3.3. Prima ipotesi ideologica

Anche se stiamo facendo un'analisi globale del sito, ci è sembra opportuno soffermarci a lungo sul logo perché anche nel sito in questione occupa una posizione privilegiata (secondo gli standard di usabilità stabiliti in www.webstandards.org), come banner principale, in alto a sinistra occupando tutta la fascia orizzontale, e perché è il primo indice di uno spostamento enunciativo del discorso istituzionale sulla cooperazione. In questo senso il logo contribuisce al cambiamento di genere, stile, struttura e narrazione, che si riposiziona la cooperazione su un asse etico e morale, spostandola dal livello pubblico su cui era stata collocata. In questo senso, l'attribuzione di valori come la pace e la solidarietà agli interventi di sviluppo, significa ricondurre ideologicamente le relazioni fra stati poveri e ricchi su un piano caritativo, umanitario, che si rifà alla nascita di queste azioni, alla Compagnia delle Opere che fonda le prime azioni di cooperazione internazionale, come abbiamo visto nel capitolo 1, e ancora più indietro alle missioni religiose. E dietro di esse, a una concezione di sviluppo di stampo evoluzionista, che suppone una ideologia del bene e del male, e un modello unico dello stesso, quello basato sul capitalismo occidentale, il benessere economico e le politiche liberali come valori universali. Ritorneremo su questo punto più avanti, per ora è importante sottolineare che il sito web della Cooperazione Italiana nel 2004-2005 presenta delle caratteristiche che escono dalla sfera pubblica e politica, che abbiamo descritto nel capitolo 3, per entrare nella sfera privata e della morale.

4.4. Il sito della Cooperazione Italiana allo Sviluppo nel 2008

Nel 2006, con il governo Prodi, il sito della Cooperazione Italiana si trasforma, incrementando contenuti e struttura. Supponiamo che all'origine di questo cambiamento abbia contribuito il rilievo istituzionale conferito alla cooperazione, con la nomina a viceministro degli Esteri, con delega alla Cooperazione allo Sviluppo, di Patrizia Sentinelli. Così il sito è rimasto fino ad oggi, pur con il cambiamento di governo (di nuovo Berlusconi) e di ministro, da Massimo D'Alema a Franco Frattini (attualmente in carica, novembre 2008).

Il sito sulla Cooperazione Italiana si amplia, cambia leggermente il nome, e si consolida, pur senza stravolgimenti sostanziali, per quanto riguarda la struttura, lo stile, e la grafica (fig. 5).

Figura 5. <http://www.cooperazioneallosviluppo.esteri.it/pdgcs/index.asp>, il sito attuale della Cooperazione Attuale allo Sviluppo (novembre 2008)



4.4.1. Identificazione, percorso di accesso e struttura del sito

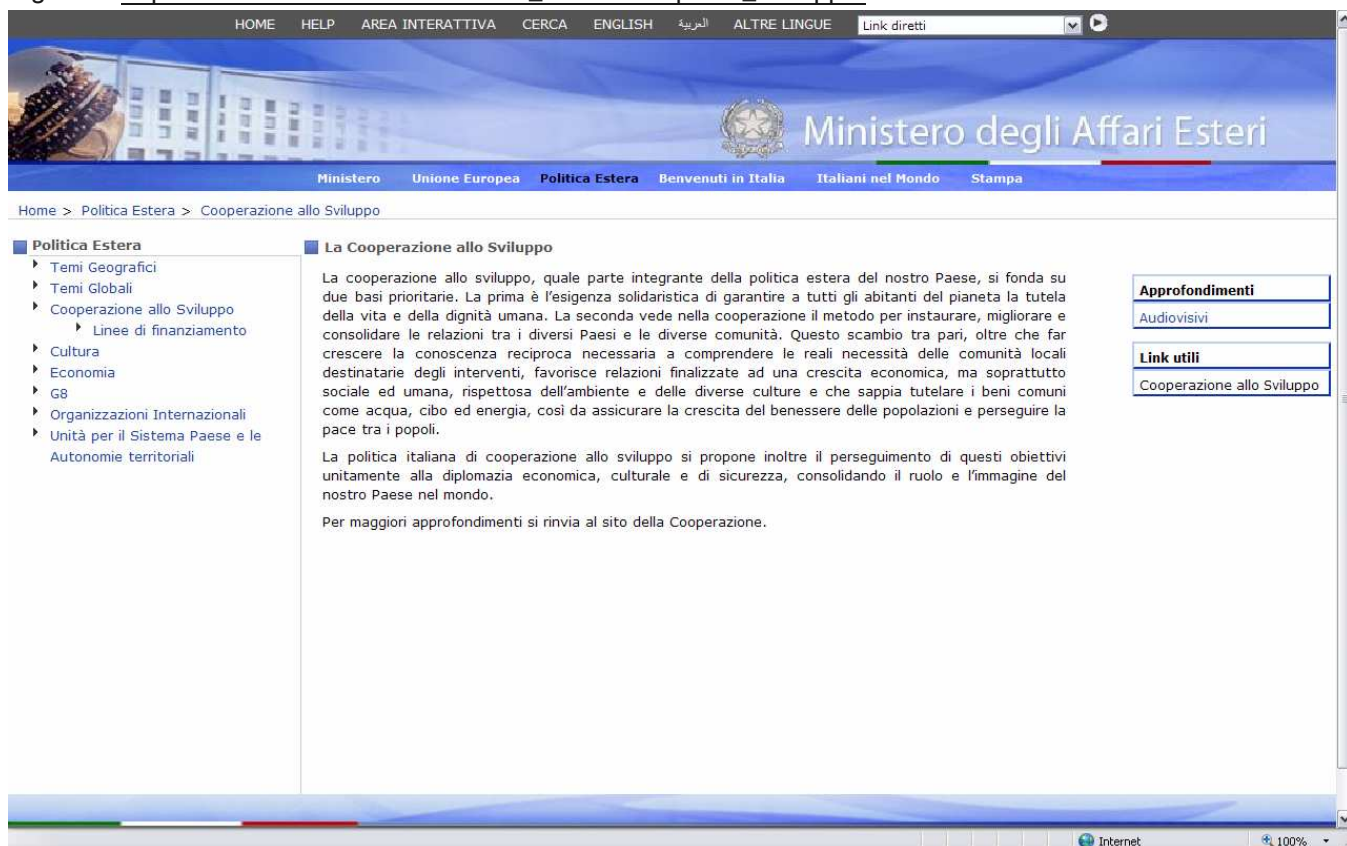
Per arrivare al sito della Cooperazione allo Sviluppo dall'home page del ministero degli Affari Esteri, si deve scorrere il menù a tendina, LINK DIRETTI, nella barra di navigazione principale orizzontale. Nel menù troviamo COOPERAZIONE, e cliccando troviamo la seguente pagina, dedicata alla Cooperazione allo Sviluppo (fig. 6). Dove tanto nel testo di presentazione come nella struttura, attraverso lo strumento di navigazione a destra, in cui si segnalano LINK UTILI, cliccando su cooperazione allo sviluppo accediamo al sito specifico (fig. 5).

Un'altra modalità di accesso dalla pagina del Ministero, è cliccare su Politica Estera, link strutturale che si trova nel centro della pagina, proprio sotto il logo del Ministero, che inusualmente si trova nel mezzo, evidenziato da un fondo azzurro, che include le sezioni principali.

Un altro modo ancora, condizionato però dall'attualità, è attraverso la sezione Approfondimenti, a destra: nella nostra ultima visita al sito, a metà novembre, fra le notizie di approfondimento, in seconda posizione, un aggiornamento sul Congo, con il logo della Cooperazione Italiana (che abbiamo analizzato nel precedente paragrafo). Cliccando, si legge la notizia per intero e nei Link Utili, a destra, insieme all'Ambasciata a Kinshasa, sempre fra i Link Utili, la Cooperazione Italiana

allo Sviluppo (notiamo l'aggiunta dell'aggettivo "italiana" che non compariva in precedenza e che scompare di nuovo nel link diretto al sito).

Figura 6. http://www.esteri.it/MAE/IT/Politica_Estera/Cooperaz_Sviluppo/



Notiamo quindi da subito un cambiamento significativo: una pagina esplicativa della cooperazione, varie modalità per raggiungere il sito, e la collocazione interna (l'URL del sito è nel dominio di quello degli esteri, non si tratta di un dominio a parte), anche se indipendente e autonomo (infatti nell'URL compare il logo della mano-colomba, segnale di un'identità precisa). Il testo descrittivo è il seguente:

*La cooperazione allo sviluppo, quale parte integrante della politica estera del nostro Paese, si fonda su due basi prioritarie. La prima è l'**esigenza solidaristica** di garantire a tutti gli abitanti del pianeta la **tutela della vita e della dignità umana**. La seconda vede nella cooperazione il metodo per instaurare, migliorare e consolidare le **relazioni tra i diversi Paesi e le diverse comunità**. Questo scambio tra pari, oltre che far crescere la conoscenza reciproca necessaria a comprendere le reali necessità delle comunità locali destinatarie degli interventi, favorisce relazioni finalizzate ad una crescita economica, ma soprattutto sociale ed umana, rispettosa dell'ambiente e delle diverse culture e che sappia tutelare i beni comuni*

*come acqua, cibo ed energia, così da assicurare la crescita del benessere delle popolazioni e perseguire la pace tra i popoli La politica italiana di cooperazione allo sviluppo si propone inoltre il perseguimento di questi obiettivi unitamente alla diplomazia economica, culturale e di sicurezza, consolidando il ruolo e l'immagine del nostro Paese nel mondo*¹⁶⁹.

Già in questo testo vediamo una dichiarazione di intenti, e la sintesi di quella che si presenta la strategia politica italiana in materia di cooperazione. Dopo aver proseguito con l'analisi, ci ritorneremo, per confrontare se quanto esplicitato è coerente con la struttura e la narrazione del sito stesso.

4.4.2. L'interfaccia grafica

Iniziando dall'Home Page, troviamo una struttura "mista", che definiremmo "ad albero", ma non gerarchica: si impiegano le classiche barre di navigazione a sinistra, (strumento principale di navigazione nei contenuti) e in alto (Contatti, Redazione, Link, Faq, Aggiornamenti), che delineano un'area quadrata, piuttosto tipica e nei canoni dell'accessibilità (primo segno di genere istituzionale), ma allo stesso tempo, a destra, 6 sezioni, graficamente distinte dal resto, caratterizzate da colori e foto differenti, che inviano a sezioni del sito autonome (cliccando per esempio su Schede Paese-Afghanistan, ci ritroviamo in una sezione differenziata, in cui anche gli strumenti di navigazione cambiano). Nella figura 7 abbiamo riprodotto gli strumenti di navigazione principali del sito.

¹⁶⁹ http://www.esteri.it/MAE/IT/Politica_Estera/Cooperaz_Sviluppo/, 17 novembre 2008.

Figura 7. Le due barre di navigazione del sito (nostra riproduzione)



Nell'area delimitata da questi strumenti (che a loro volta si costituiscono come aree a sé stanti), troviamo un riquadro centrale, lo SPECIALE, sotto le NEWS e gli EVENTI, e infine a chiudere la parte centrale, due mini-sezioni che rimangono fisse, uno dedicato al link con la rivista ILARIA (rivista mensile pubblicata dalla DGCS, dedicata alla giornalista Ilaria Alpi, che rimanda a un sito a parte, www.ilariacooperazione.it) , e l'altra che racchiude DATI, STATISTICHE, AREA DOWNLOAD.

Possiamo già dedurre da questa struttura che, a differenza delle due versioni precedenti, il sito dedicato alla cooperazione italiana, il cui enunciato reale si identifica con il Ministero degli Esteri (come indicato dall'icona-logo posizionata in alto a sinistra, nell'angolo privilegiato di lettura), il sito si colloca nella categoria Portale, pur rimanendo fermo il suo carattere istituzionale. Ricordiamo che un

portale¹⁷⁰, come si deduce dal nome, è una sorta di “porta”, di accesso all’universo web, che permette all’utente di affacciarsi alla complesso realtà della rete attraverso la mediazione di un contenitore in cui si trovano informazioni utili per accedere ai temi di interessi o all’informazione che si cerca (anche fuori dal portale stesso: non per nulla tutti i portali sono dotati di un motore di ricerca proprio). In questo senso, quasi tutti i siti istituzionali attuali sono dei portali, e nel caso delle istituzioni italiane che abbiamo esaminato, possiamo confermare questa realtà. In questo caso, però, non si tratta di un portale generalista, perché da un lato siamo dentro il genere istituzionale, e dall’altro il tema è ben specifico, cioè la cooperazione internazionale. In questo senso, il portale del Mae sulla cooperazione italiana si vuol essere una “finestra” sul mondo della cooperazione italiana, perché tanto la struttura, come le sezioni, i temi e la grafica, nonché il tipo di narrazione scelta, lo definiscono in questo modo. Riprendendo una caratteristica e una questione che abbiamo delineato nel capitolo 3, la *remediatizzazione*, nel senso in cui i mezzi di comunicazione di massa si rifanno ad altri mezzi, in questo caso il rifacimento al giornale, stampato o on line, è chiaro. I titoli delle sezioni (es. Speciale), le News, l’organizzazione dell’home page ricordano quella di un menabó, così come le foto e le immagini. La relazioni intertestuale con un organo di informazione è piuttosto evidente, ma allo stesso tempo rimaniamo ancorati nell’istituzionalismo, soprattutto grazie alla sezione di sinistra, costituita da una barra di navigazione in cui si riprende la descrizione della struttura del Mae, le leggi, le iniziative ecc.

Questa divisione, oltretutto strutturale (la navigazione fra le pagine è possibile anche grazie ai collegamenti parole linkabili-*hot words*, e pagine, tipiche di un ipertesto non gerarchico, dato che permette una navigazione con un maggior grado di personalizzazione e di “libertà”) è allo stesso tempo grafica: la parte sinistra, sin dall’intestazione, richiama il sito del ministero, e la sua immagine (con foto di simboli, come il mappamondo, il logo, e sotto in azzurro e senza icone, le sezioni che abbiamo riprodotto nella figura 7); la parte destra, sempre sin dall’intestazione, utilizza fotografie reali (anche qui con abbondanza d’uso del

¹⁷⁰ “Il sito, in quanto portale, si propone non solo come una risposta esaustiva a tutte le domande che un utilizzatore si può porre, ma anche come una sorta di sito in cui l’internauta può abitare e da cui può spaziare su tutta la rete”, in Grandi, R. “Il portale regionale come occasione di identità”, in *Quaderni di Comunicazione Pubblica*. 3, Bologna, Regione Emilia-Romagna e CLUEB, 2000, pag. 5.

collage), la foto dello speciale, e le altre sezioni che utilizzano colori e immagini differenti (vedi sempre la figura 7).

Siamo quindi di fronte a due tipologie di discorsi comunicativi che convivono nello stesso formato del portale. A livello di contenuti, questa dualità è rispecchiata dai temi istituzionali, nella parte sinistra, in cui si descrive, attraverso testi contenuti nel riquadro centrale, la struttura interna ed esterna, l'organizzazione, le linee di intervento. Siamo nella parte "politico-istituzionale". Nella parte destra, il sito si riappropria di una funzione di mezzo di informazione di massa, in quanto tanto a livello strutturale si trasforma nel presentare il proprio contenuto, e allo stesso tempo troviamo tematiche approfondite non solo dal punto di vista della cooperazione italiana, ma della cooperazione in generale.

A sinistra il portale è "endocentrico", a destra "esocentrico", aperto verso l'esterno. Nella parte endocentrica, segnaliamo che si è ampliata notevolmente l'informazione, con ampio spazio dedicato alla descrizione delle competenze dei 13 uffici (tra l'altro correlati con foto della loro ubicazione a Roma) e delle altre Unità che compongono la DGCS¹⁷¹, agli interventi in atto, con tanto di schede-paese, descrizione dettagliata dei progetti, del valore economico degli stessi (per i consulenti del Direttore Generale si specifica addirittura la voce e il valore della retribuzione). Il tutto corredato da foto che descrivono ogni singola pagina, con poche ripetizioni.

L'accessibilità del sito è raggiunta attraverso le varie forme e modalità che abbiamo appena descritto: link multipli, pagine multiaccesso, colori, immagini, fotografie. Rimaniamo in uno spazio visivo istituzionale per la cornice, il colore, e per la parte destra che dà ampia informazione sulla struttura, utilizzando un linguaggio specifico ma estremamente chiaro, con un'intenzione di trasparenza (conforme alle norme imposte all'amministrazione pubblica). Allo stesso tempo, l'apertura esterna, l'abbandono del genere istituzionale per abbracciarne uno informativo, ci conferma nei testi e nei contenuti la convivenza delle due strategie

¹⁷¹ Notiamo in questo caso un cambiamento nell'organizzazione interna e nella struttura. Nel 2005 avevamo solo due Unità tecniche (che oggi si chiamano Unità Centrale e Unità di Ispezione, monitoraggio e verifica delle iniziative di Cooperazione), ad esse nella versione attuale si sono aggiunte l'[Area coordinamento comunicazione](#), il [Coordinamento ambiente](#), il [Coordinamento decentrata](#) e il [Coordinamento multilaterale](#). Possiamo concludere che il cambiamento nella comunicazione del sito web sia uno specchio del cambiamento strutturale e del peso dato alla cooperazione (anche se a livello di impegno italiano siamo fra i livelli di investimento europeo e percentuale di impiego del PIL più bassi dell'Unione Europea), con l'ampliamento delle strutture, delle azioni e dell'immagine in generale.

che abbiamo segnalato: una che individua come destinatario il cittadino, e altre istituzioni, e l'altra che designa il professionale della cooperazione, le Ong o altri enti, ma anche la singola persona interessata a saperne di più sui temi di sottosviluppo e aiuti umanitari.

Anche nel linguaggio utilizzato si intrecciano le due strategie. Riprendendo il testo introduttivo al portale della Cooperazione Italiana, leggiamo come da un lato, si specifichi l'appartenenza alla Politica Estera, dall'altro ad *un' esigenza solidaristica di garantire a tutti gli abitanti del pianeta la tutela della vita e della dignità umana*. Notiamo qui il linguaggio e una terminologia umanitaria, solidaria, che appartiene ad un universo semantico dell'etica e della morale. Allo stesso tempo, la cooperazione è un *metodo per instaurare, migliorare e consolidare le relazioni tra i diversi Paesi e le diverse comunità. Questo scambio tra pari [...]*. Torniamo qui alla Politica Estera, che tratta proprio di queste relazioni, e ci stupiamo nel vedere esplicitato un trattamento di rispetto della dignità e della parità fra cooperanti e cooperati, anche se questa buona intenzione non si trasforma poi nella costruzione di un soggetto dotato di identità, dignità e visibilità, come vedremo meglio in seguito. E, infine, lo scopo che rimanda alla nascita della cooperazione e ai suoi fini ultimi: *la politica italiana di cooperazione allo sviluppo si propone inoltre il perseguimento di questi obiettivi [...] consolidando il ruolo e l'immagine del nostro Paese nel mondo*.

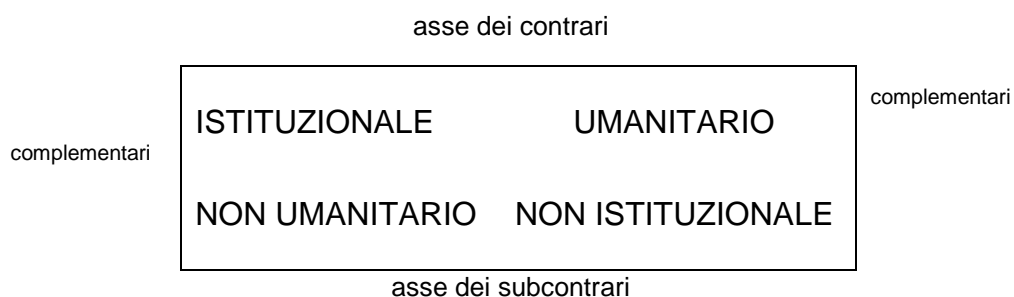
4.4.3. I modelli comunicativi possibili: istituzionale vs umanitario

Dalla storia visuale diacronica del sito del Ministero degli Affari Esteri dedicato alla Cooperazione Internazionale che abbiamo appena proposto, abbiamo visto una evoluzione di quelli che ipotizziamo come tipologie dei discorsi istituzionali della cooperazione internazionale in Internet. A partire da queste prime conclusioni, che verificheremo e motiveremo con le analisi degli altri siti italiani, nei prossimi paragrafi, possiamo distinguere due modelli di discorso, supportati da due differenti strategie comunicative, che chiameremo "istituzionale" e "umanitaria".

1. Strategia enunciativa ISTITUZIONALITÀ	2. Strategia enunciativa UMANITARISMO
Livello superficiale del discorso	
Prevalenza di testi scritti rispetto a immagini (iconografiche)	Più Immagini (fotografie)
Discorsi indiretti in terza persona	Discorsi indiretti con frequente uso della II persona
Lessico amministrativo burocratico	Lessico “umanitario”: semantica della cooperazione
Inclusione nella sezione Ministero/Istituzione Sito Interno	Sezione o sito autonomo (esterno o interno, ma con proprio nome)
Struttura gerarchica	Struttura libera
Percorso dell'utente limitato: un'unica modalità di navigazione	Libertà di costruzione del percorso: varie modalità di navigazione
Livello discorsivo profondo: programma narrativo	
Enunciatore: lo Stato, l'Istituzione	Enunciatore: la Cooperazione allo Sviluppo dell'ente
Competenze: legifera, controlla, ordina	Competenze: informa, aiuta, guida, fornisce valori e strategie politiche
Modalità semiotica: <i>far fare</i> ;	Modalità semiotica: <i>dover/saper fare</i>
Ruolo attanziale: aiutante Enunciatario: cittadino/elettore	Ruolo attanziale: soggetto dell'enunciazione Enunciatario: cittadino interessato o esperto/professionisti della cooperazione/Ong
Oggetto di valore: il potere pubblico	Oggetto di valore: la solidarietà, o il soddisfacimento di un'ideologia umanitaria
Valori: capacità amministrativa, autorità,	Valori: solidarietà, carità umana, la morale

controllo, legge, interesse pubblico	umanitaria e cattolica (aiuta il prossimo)
Trama visiva	
Colori istituzionali (blu/grigio)	Colori vari (soprattutto richiamo all'arcobaleno e alla bandiera della pace)
Forme squadrate	Forme circolari, irregolari, mosaico
Metafore visive: edifici, mappamondo, carta geografica, ponti	Metafore visive: mani, colombe, arcobaleno,
Immagini generiche (specialmente richiami geografici o spaziali)	Foto e immagini reali (specialmente del destinatario degli aiuti e dei paesaggi; uso del collage e del frammento)
Assenza di logo: identificazione con l'istituzione	Logo proprio
Genere: richiamo al bollettino di stato	Genere: giornale/rivista
Distanza	Distanza complice o complicità distante
Ideologia della cooperazione	
Cooperazione come Affermazione dell'Autorità statale e nazionale	Cooperazione come donazione, come lascito caritativo, come scelta morale
Scomparsa totale dell'altro. Non esiste.	Scomparsa dell'altro: il destinatario degli aiuti è presente, ma figurativizzato attraverso stereotipi e la strategia della distanza.

Possiamo articolare questo schema attraverso un quadrato semiotico¹⁷², articolando i regimi discorsivi che abbiamo individuato:



¹⁷² Il quadrato semiotico è una struttura logica che Greimas colloca al livello più astratto e profondo del suo percorso generativo del senso. In una fase analitica, come quella in cui ci troviamo, il quadrato è uno strumento formale che ci permette di articolare le nostre categorie, attraverso le relazioni possibili fra i regimi discorsivi che abbiamo ipotizzato. Vedi Greimas, A.J., *Del senso*, Milano, Bompiani, 1984.

Utilizzato dal punto di vista morfologico, il nostro quadrato semiotico ci permette di costruire un'articolazione di categorie che ci serviranno come dei modelli di riferimento per proporre delle tipologie di siti Internet dedicati alla cooperazione allo sviluppo. A partire da questa prima analisi, come abbiamo appena illustrato, si delinea un panorama discorsivo in cui due sono le strategie utilizzate. Quelle che abbiamo chiamato “sub-strategie”, derivate dall'articolazione dei termini nei loro opposti, derivati dalla negazione (non-istituzionale e non-umanitario) convergerebbero in realtà in un'unica tipologia che potrebbero chiamare mista, né totalmente umanitaria né totalmente istituzionale, che rappresenta vari casi che abbiamo analizzato nel caso delle regioni italiane (come vedremo nel paragrafo 4.4.). Per esempio, lo stesso sito attuale della Cooperazione Italiana, del Ministero degli Esteri, è un chiaro esempio della convivenza di queste due strategie, solo che in quel caso all'interno del sito la divisione spaziale è perfettamente coerente con la enunciativa e assiologica, mentre in altri casi vedremo che le due strategie si mescolano provocando degli effetti distorti e indebolendo l'efficacia comunicativa del sito stesso.

Per mettere alla prova la nostra ipotesi e i nostri modelli, e illustrare con maggiore chiarezza le nostre ipotesi, nei paragrafi successivi proponiamo la descrizione di altri due siti web di regioni italiane, che ci sembrano maggiormente polarizzati su un asse piuttosto che un altro.

4.5. Altri due esempi: la Provincia di Bologna e la Regione Veneto

Abbiamo quindi selezionato, fra i siti italiani analizzati, due casi che ci sembrano illustrare ed esemplificare lo schema delle strategie enunciative appena descritto. Uno è il caso della Provincia di Bologna, che riteniamo classificabile come modello per la strategia che abbiamo chiamato “dell'umanitarismo”. L'altro è il caso della Regione Veneto, che in questi 3 anni di monitoraggio ha cambiato aspetto, e seppur si possa far rientrare nella strategia dell'“istituzionalità”, la versione precedente del sito ci sembra possa illustrare il tipo misto, che fa convergere i due subcontrari del nostro quadrato semiotico in un triangolo, sotto cui possiamo catalogare i siti “misti”, come vedremo nel paragrafo 4.6.

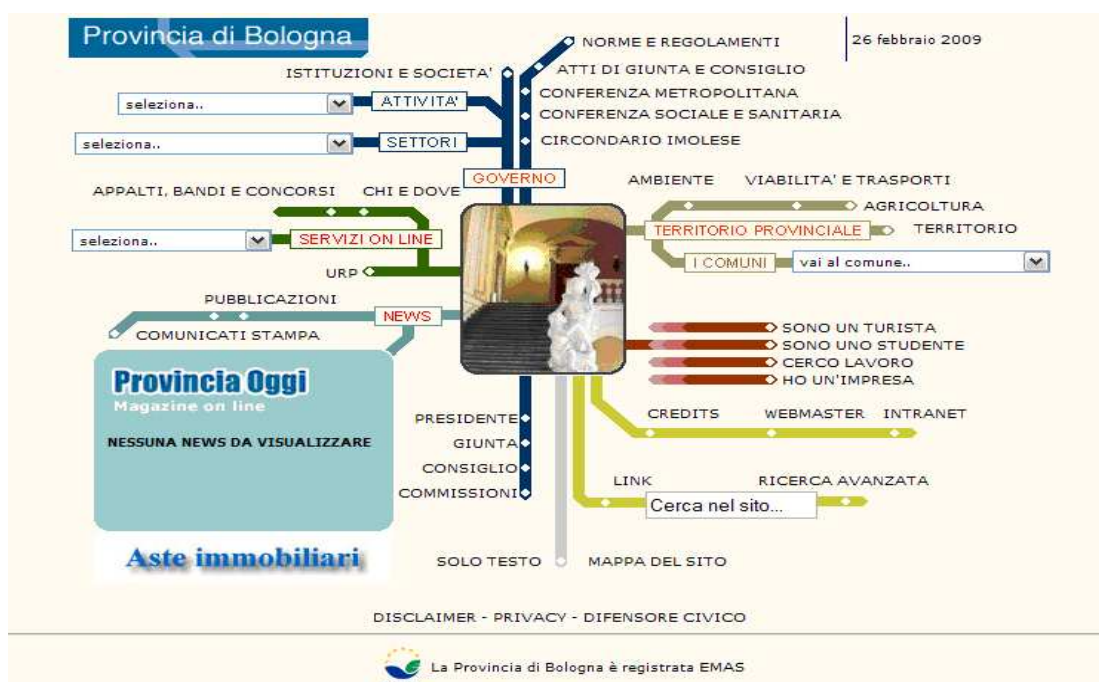
4.5.1. La Provincia di Bologna

Nel caso della Provincia di Bologna, dal 2005 al 2008 l'unico cambiamento rilevante è stato il radicale rinnovamento del sito Provinciale, al cui interno il percorso per arrivare dal portale al sito dedicato alla cooperazione internazionale, fra le altre cose, è rimasto invariato, cioè attraverso una navigazione tematica a partire dalla pagina principale.

Figura 8. Il sito attuale

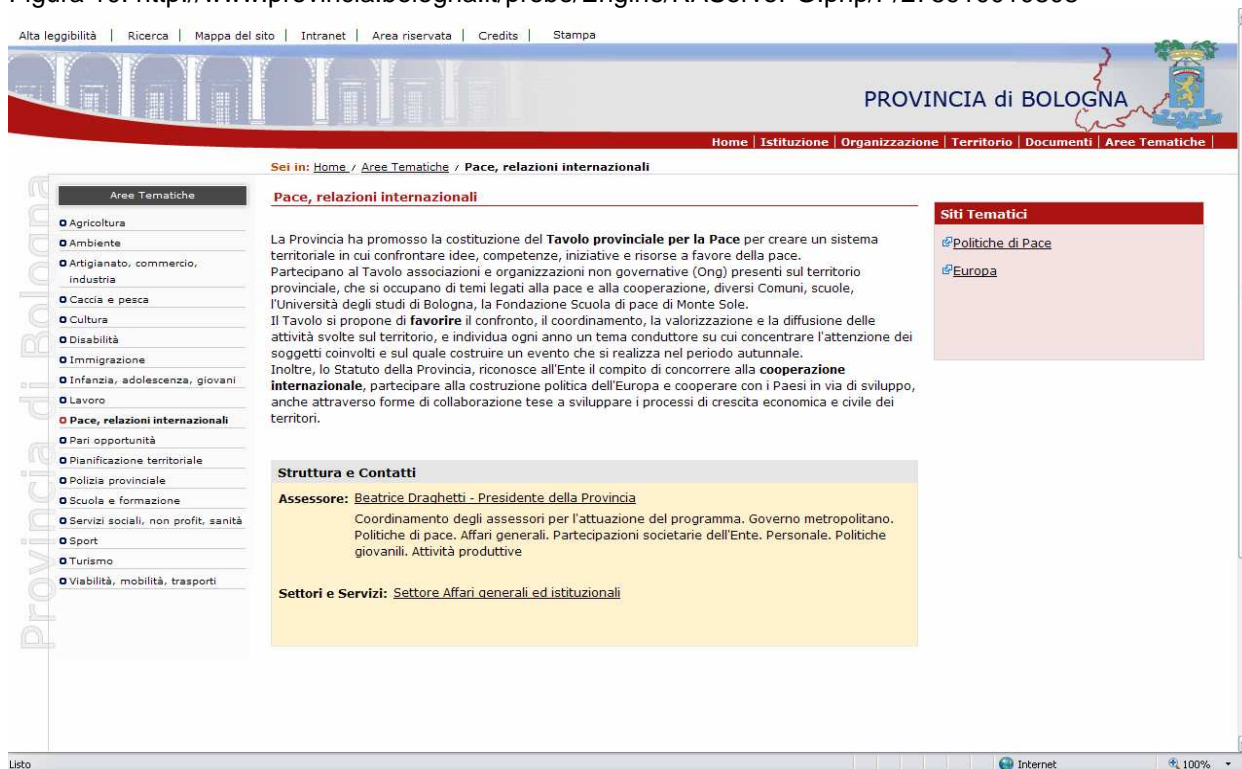


Figura 9. Il sito nel 2006



Attraverso una navigazione tematica, selezionando la sezione “Pace, Relazioni Internazionali”, troviamo la pagina relativa che illustra il contenuto e rimanda ai “siti tematici”, fra cui quello denominato “Politiche di Pace” che è quello che ci interessa.

Figura 10. <http://www.provincia.bologna.it/probo/Engine/RAServePG.php/P/275910010808>



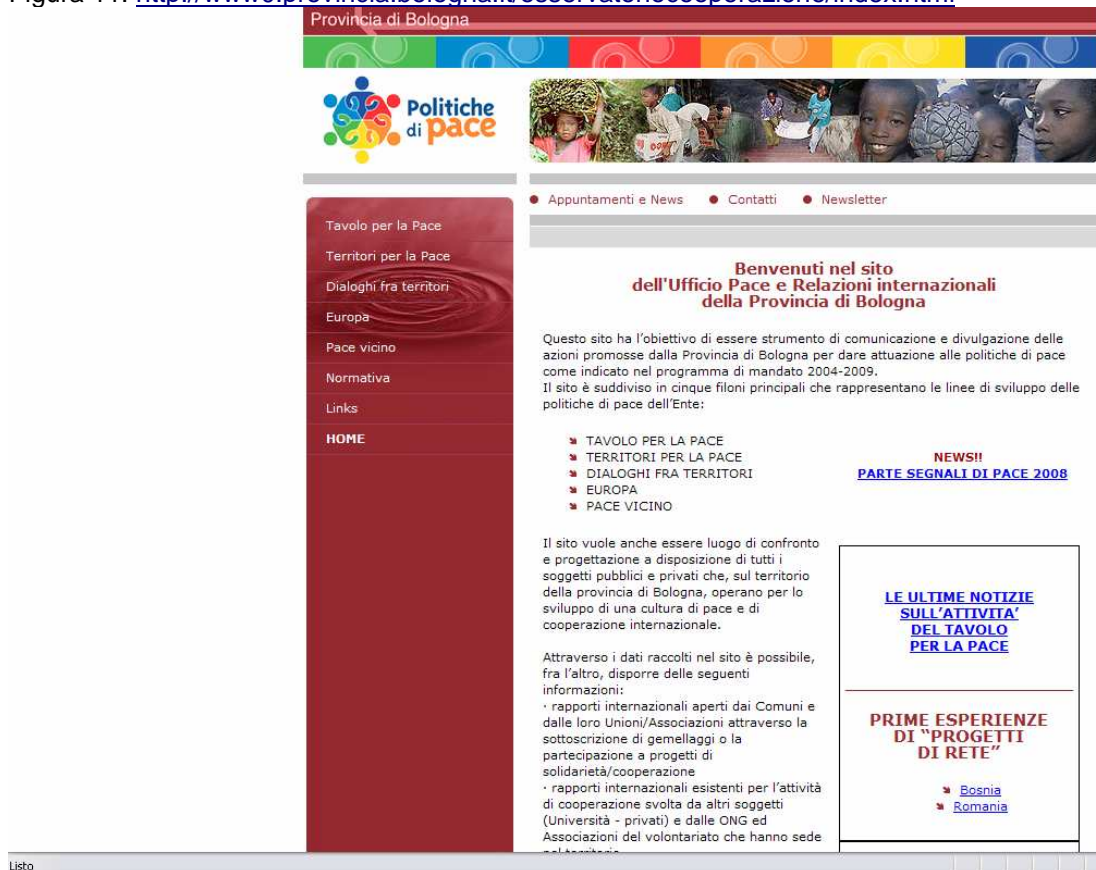
Rileviamo subito il primo elemento identificativo: la sezione e il sito rimandano al concetto di Pace (distinguendolo da Europa, che ritroveremo come simbolo dell'attività istituzionale internazionale), al cui interno, come si legge nel testo esplicativo, si collocano le azioni di cooperazione internazionale:

*lo Statuto della Provincia, riconosce all'Ente il compito di concorrere alla **cooperazione internazionale** [in grassetto nel testo originale], partecipare alla costruzione politica dell'Europa e cooperare con i Paesi in via di sviluppo [sottolineato nostro], anche attraverso forme di collaborazione tese a sviluppare i processi di crescita economica e civile dei territori.*¹⁷³

Come abbiamo accennato in precedenza, nel momento della scelta del corpus dei analisi, volendo indagare la tematica relativa alla cooperazione allo sviluppo, ci siamo ritrovati di fronte a una serie di denominazioni differenti per catalogare azioni di intervento che di fatto rimandavano alla cooperazione allo sviluppo. Ci siamo riferiti a quest'insieme di termini-concetti come all'universo che costituisce l'isotopia semantica della cooperazione allo sviluppo, segnalando la rilevanza di un'opzione invece di un'altra all'interno dei siti istituzionali in esame. In questo caso, ci troviamo di fronte all'utilizzo di più denominazioni contemporaneamente. In prima istanza, la Pace identifica il tema e la sezione di riferimento, come possiamo vedere nella figura 8, al cui interno, come illustrato dal testo, si include la cooperazione internazionale con i paesi in via di sviluppo. Cliccando sul sito tematico, "Politiche di Pace", ci ritroviamo nel sito dedicato alle Politiche di Pace e Relazioni Internazionali, così come è descritto nel messaggio di benvenuto.

¹⁷³ <http://www.provincia.bologna.it/probo/Engine/RAServePG.php/P/275910010808>.

Figura 11. <http://www0.provincia.bologna.it/osservatoriocooperazione/index.html>



Ci troviamo quindi di fronte a quelli che, vedremo, si presentano come i due estremi della catena semantica che racchiude concettualmente, nel discorso degli enti pubblici italiani, la cooperazione allo sviluppo: il concetto di Pace e il concetto Relazioni e Politica Internazionale. All'interno di questa linea, segmentata dai vari termini che abbiamo incontrato per definire le stesse azioni e interventi, nonché per giustificare le stesse politiche e strategie, si posiziona la cooperazione allo sviluppo, la cooperazione internazionale, la cooperazione decentrata., che rimane compresa fra due assiologie "contrarie" (nel senso greimasiano del termine¹⁷⁴): istituzionale vs umanitaria.

In questo caso, sebbene lo stesso nome del sito, Politiche di Pace e Relazione Internazionali, rimandi a entrambi i poli che abbiamo appena delineato, l'URL aggiunge, completandolo, il riferimento semantico, denominato Osservatorio Cooperazione.

¹⁷⁴ Il quadrato semiotico che abbiamo presentato in precedenza si compone di due categorie principali, costituite da termini contrari (A vs B), e da due secondarie, i subcontrari (Non-B vs Non-A). Allo stesso tempo, i subcontrari entrano in una relazione di complementarità con i contrari del proprio asse (A con Non-B e B con Non-A) e di contraddittorietà con i contrari opposti (A vs Non A e B vs NON B). Vedi Greimas, A.J., 1984, op.cit.

Figura 12. L'URL <http://www0.provincia.bologna.it/osservatoriocooperazione/index.html>



La nostra prima variabile di analisi, stando allo schema descritto nel paragrafo 4.1., ci fornisce già degli elementi su cui riflettere, a partire da quello che abbiamo chiamato l'universo semantico della cooperazione. In questo caso, troviamo un uso quasi intercambiabile dei termini e dei concetti, che di fatto, come vedremo nelle sezioni del sito, e nella navigazione proposta, identificano le stesse politiche e le stesse aree di intervento.

Il sito, tanto per le caratteristiche dell'interfaccia come per percorso e titolo, si classifica come sito autonomo, con una prospettiva tendenzialmente esocentrica, indipendente e differenziato rispetto al sito provinciale di provenienza.

La struttura è semplice, gerarchica e con due strumenti di navigazione principali (barra a sinistra e in alto), che organizzano topologicamente lo spazio nel classico quadrato centrale dove vengono inseriti i contenuti delle pagine.

Continuando con la descrizione della trama visiva, così come l'abbiamo definita, troviamo una fascia di colore rosso scuro, che sarà il dominante cromatico del sito, in cui allineata a sinistra vediamo la scritta PROVINCIA DI BOLOGNA, e sotto un'altra fascia, stavolta multicolore, che richiama i colori e i motivi del logo dell'Osservatorio (verde, azzurro, magenta, arancione, giallo e blu, che ritroveremo spesso nella strategia dell'umanitarismo). Ancora sotto, il logo POLITICHE DI PACE (figura 13): una figura tondeggiante che rappresenta degli omini multicolori, stilizzati, ognuno di colore diverso, a braccetto l'uno con l'altro. Troviamo di nuovo il riferimento iconografico della mano, in questo caso le braccia, ma comunque il riferimento umano che rimanda all'idea simbolica della solidarietà, dell'amicizia, così come abbiamo illustrato per il logo del Mae.

Figura 13



Figura 14



Accanto al logo, una fascia composta da foto di bambini neri (figura 14), in varie attitudini, sfumate l'una nell'altra. Un collage di piccole foto, o meglio di frammenti delle stesse, che ritraggono essenzialmente visi e primi piani¹⁷⁵.

Sotto, i link strutturali, che consentono l'accesso alle seguenti aree: APPUNTAMENTI E NEWS – CONTATTI – NEWSLETTER, denunciano la vocazione esocentrica del sito, proiettato verso l'esterno, all'interpellazione di un soggetto interessato alle tematiche di riferimento, di cui si cerca la complicità attraverso il coinvolgimento e la partecipazione, per esempio attraverso questo testo presente nell'home page:

si invita a trasmettere all'indirizzo osservatorio.cooperazione@provincia.bologna.it pareri, segnalazioni e proposte e ad esprimere interesse per i progetti e le iniziative che vengono di volta in volta, promosse. (ancora una volta troviamo la metafora dell'informazione).

Nei link strutturali a sinistra, racchiusi in uno sfondo rosso sfumato, in cui si evidenzia una figura di una specie di vortice acquatico, dall'alto verso il basso, in colore bianco, minuscolo, troviamo: TAVOLO PER LA PACE, TERRITORI PER LA PACE, DIALOGHI FRA TERRITORI, EUROPA, PACE VICINO, NORMATIVA, LINKS, HOME.

¹⁷⁵ Quest'immagine è emblematica rispetto alla tipologia di immagini presenti nei siti dedicati alla cooperazione allo sviluppo, per due caratteristiche principali: una formale (il tipo di soggetto rappresentato e la sua trama visiva: persone, spesso donne e bambini, neri, in primo piano e a-contestualizzati, atemporali e a-spaziali) e una relativa al formato (l'utilizzo del collage o del frammento, e la giustapposizione degli stessi) che contraddistinguono questo tipo di rappresentazioni.

Nella parte centrale, in formato testuale, su sfondo bianco, si legge: **BENVENUTI NEL SITO DELL'UFFICIO PACE E RELAZIONI INTERNAZIONALI DELLA PROVINCIA DI BOLOGNA**¹⁷⁶

Sotto, 4 righe che descrivono l'obiettivo del sito, e l'elenco dei cinque filoni principali che rappresentano le linee di sviluppo delle politiche di pace dell'ente; in maiuscolo, sotto forma di elenco leggiamo: **TAVOLO PER LA PACE, TERRITORI PER LA PACE, DIALOGHI FRA I TERRITORI, EUROPA, PACE VICINO**. Vediamo che sono gli stessi 5 link degli 8 che costituiscono la barra di navigazione verticale a sinistra.

Ad una prima navigazione, il sito rispetta l'aspettativa di semplicità che traspare anche dalla grafica, anche se il minimalismo grafico rasenta la trascuratezza, ma per questo è indubbiamente molto veloce da caricare anche con connessioni lente e la navigazione al suo interno è estremamente semplice. Infatti anche le convenzioni visive utilizzate sono coerenti con il minimalismo generale: le parole sottolineate, in alcuni casi anche blu, che è la convenzione più diffusa nel web per segnalare un "link", non ci sono immagini o parole linkate.

La PROVINCIA DI BOLOGNA, posizionata in alto a sinistra rimane in secondo piano rispetto al logo **POLITICHE DI PACE**. Vediamo quindi che sin dall'intestazione predomina il concetto di PACE che surclassa la stessa denominazione di Cooperazione Internazionale, eliminata anche dal nome del sito (al contrario del 2006). La PACE è il vero leit-motiv del sito, reiterato in isotopie cromatiche e testuali: i colori delle pagine che cambiano, le sezioni denominate **tavolo per la PACE, Territori per la PACE, PACE VICINO**, il documento **Indirizzi per lo sviluppo delle politiche di PACE e di relazioni internazionali**. Il termine PACE viene ribadito anche nel testo centrale, dove riappare, fra le righe, anche il termine COOPERAZIONE, accompagnato da INTERNAZIONALE e solo in un caso DECENTRATA. Insieme al resto della terminologia (SOLIDARIETÀ, EMERGENZA), indica chiaramente l'oggetto della narrazione del sito, confermato anche dalla grafica e dal resto della struttura. In questo caso, l'isotopia semantica della cooperazione (in questo caso, umanitaria) si sviluppa tanto a livello linguistico quanto cromatico:

¹⁷⁶ In data 12.01.2006, avremmo trovato **BENVENUTI NELLA NUOVA VERSIONE DEL SITO "OSSERVATORIO SULLA PACE E LA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE DELLA PROVINCIA DI BOLOGNA"**,

Logo del sito



Loghi delle sezioni interne



Banner cromatico del sito



Salta alla vista la coerenza cromatica con i termini semantici, che ribadiscono sul piano visivo i concetti espressi dal codice linguistico: il logo del sito racchiude i colori utilizzati, che vengono poi declinati nelle varie sezioni (Territori, Tavolo, Dialoghi), ognuno contraddistinto da un colore appartenente alla gamma che forma parte del logo. È interessante notare come la gamma cromatica del rosso/viola sia dedicata al Tavolo della Pace, la verde ai Territori (impossibile non pensare al “verde” come colore dell’ambiente, e quindi della terra), e l’arancione ai Dialoghi. La gamma cromatica utilizzata e il referente linguistico corrispondente, insieme ai rimandi proposti dal sito, ci fanno ipotizzare la seguente schematizzazione della scala di valori che mette in relazione colori con concetti appartenenti all’universo semantico della cooperazione allo sviluppo, e nel nostro caso le strategie ipotizzate diventano poli cromatici opposti,

*La Provincia di Bologna intende svolgere il proprio ruolo istituzionale di **ente intermedio** ricercando metodi e strumenti di **collaborazione** con gli enti locali del territorio anche nel campo della **cooperazione internazionale** (seguendo finalità previste dal proprio Statuto):*

*La Provincia partecipa alla costruzione di forme di partenariato per favorire processi **di crescita economica e civile nei Paesi in via di sviluppo***

*Sostiene interventi concreti a sostegno della popolazione colpita da **avversità naturali e conflitti armati***

*Favorisce **scambi culturali** con altri paesi e realtà diverse, attraverso iniziative che vedano coinvolta la comunità locale bolognese.*

Questo testo, contenuto nel sito, è esemplificativo dello stile linguistico scelto dall'ente provinciale. Le parole che costituiscono le sezioni (Attori, Tavolo per la Pace, Pace Vicino) utilizzano un linguaggio poco formale, e attingono a campi semantici vicini al mondo della solidarietà, della pace, più che all'azione istituzionale di un ente pubblico (in questo differisce per esempio dallo stile del sito del MAE). Nello stesso tempo, i testi e i contenuti alludono ad una serie di termini e di concetti che, pur diversi fra loro, vengono messi insieme senza essere spiegati.

Si insiste molto su alcuni concetti, come la RETE, la COOPERAZIONE, gli ACCORDI, le RELAZIONI, la COLLABORAZIONE, attraverso i quali si configura un certo tipo di scenario (tra l'altro, la metafora teatrale è utilizzata direttamente nel denominare come "attori" i soggetti e gli enti che si muovono nell'ambito della cooperazione internazionale) in cui agisce una moltitudine di enti, e si prefigura un'azione di collaborazione fra gli stessi per il conseguimento di obiettivi comuni, che di fatto sono obiettivi/valori auspicabili universalmente: la pace (su cui si insiste in modo particolare), la solidarietà, l'aiuto umanitario. I valori su cui si basa la narrazione sono il bene collettivo, che è coerente con il ruolo di ente pubblico,

qual è la provincia di Bologna. Nello stesso tempo, però, la provincia stessa, che è l'enunciatore del sito, proietta sé stessa non come attore, ma come coordinatore (verbi come promuove, coordina, o termini come linea di indirizzo eccetera), mettendosi quindi in una condizione esterna, anche se formalmente la provincia si inserisce nel link "attori". Gli attori veri e propri della narrazione, e destinatari del sito, sono gli altri enti: la Regione, i Comuni, le ONG, ai quali si dirige la comunicazione del sito.

In nessuna parte si spiega chiaramente cosa significhi cooperazione internazionale o allo sviluppo: si dà per scontato che lo si sappia, proprio perché ci si rivolge ad operatori del settore. Nello stesso tempo, però, l'immagine proposta è di bene comune, di interesse per un destinatario universale: la persona umana, su cui si cerca di far leva con i concetti di pace, aiuto umanitario eccetera, di cooperazione, che però di per sé stessi non significano nulla, e non spiegano cosa vuol dire lavorare per la pace, e quali sono i compiti e i ruoli. Nello stesso tempo, si configurano i destinatari delle azioni di questi attori, cioè i paesi e le culture lontane (sempre generici) confondendoli però con altri ambiti: la sezione PACE VICINO, per esempio, mette sullo stesso piano della cooperazione internazionale e decentrata la responsabilità sociale di impresa e le iniziative socialmente sostenibili che avvengono localmente.

Si mischiano concetti che nella realtà dei fatti si traducono, o dovrebbero tradursi, in azioni, percorsi e obiettivi ben differenti: la cooperazione decentrata, allo sviluppo, la cultura della pace, i gemellaggi, gli scambi con le Università, le avversità naturali, i conflitti armati, i paesi in via di sviluppo, i diritti umani, gli scambi culturali ecc. La stessa confusione che si rileva nei testi, viene annunciata dallo stesso nome del sito: OSSERVATORIO PROVINCIALE SULLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE che in realtà è contraddistinto da un logo POLITICHE DI PACE, come abbiamo segnalato all'inizio.

Anche a livello di navigazione, viene dato molto spazio all'agenda degli attori, che vengono schedati e a cui si accede da diverse parti, con una ricerca semplice, e vengono descritti gli altri enti, a parte i comuni, che collaborano: Università, regione eccetera. Da un lato c'è uno sforzo di sintonizzarsi con il cittadino in quanto persona, appellandosi ad un racconto di ideale di vita e di valori universali (la pace), dall'altro questo ideale di traduce in azioni e progetti che vengono portati avanti da enti specifici, che si suppone sappiano cosa fare e come tradurre in

azioni questi ideali, mentre la Provincia in prima persona rimane fuori. C'è una contraddizione fra i protagonisti dell'azione e il racconto narrato, specialmente fra i testi e il resto della trama visiva. Si privilegiano i loghi multicolori, che rimandano alla bandiera della pace, colori che nell'immaginario collettivo sono associati ai movimenti per la pace e la solidarietà, la semplicità, le foto di bambini e di paesaggi esotici, le figure di amicizia e prossimità, la mappa del mondo. Si utilizzano tutte le convenzioni più stilizzate di un ideale di armonia, cooperazione, pace mondiale, tanto a livello narrativo come visivo, senza però riuscire a staccarsi completamente dal discorso di un'istituzione pubblica che sembra lanciare il sasso nascondendo la mano.

4.5.2. Regione Veneto

L'altro sito che abbiamo scelto come tipologia della strategia "istituzionale", il "contrario" in termini greimasiani, del sito della Provincia di Bologna che abbiamo appena descritto, è quello della Regione Veneto. I motivi della scelta derivano dalla prototipicità del sito stesso, che condensa nella sua semplicità le caratteristiche degli altri siti regionali che possiamo far rientrare in questo modello, che illustreremo nel paragrafo successivo.

Iniziamo la nostra analisi segnalando l'evoluzione che il sito ha subito nel tempo, che concerne soprattutto la denominazione della sezione di riferimento e i contenuti testuali, mentre a livello strettamente visivo non è stato effettuato nessun restyling. Infatti, come possiamo vedere nelle immagini seguenti, riferite alle versioni del 2006 e del 2008 del sito, le differenze non saltano all'occhio, come è avvenuto invece in altri casi regionali (a questo proposito vedere l'appendice).

Figura 15. Il sito del Veneto nel 2006

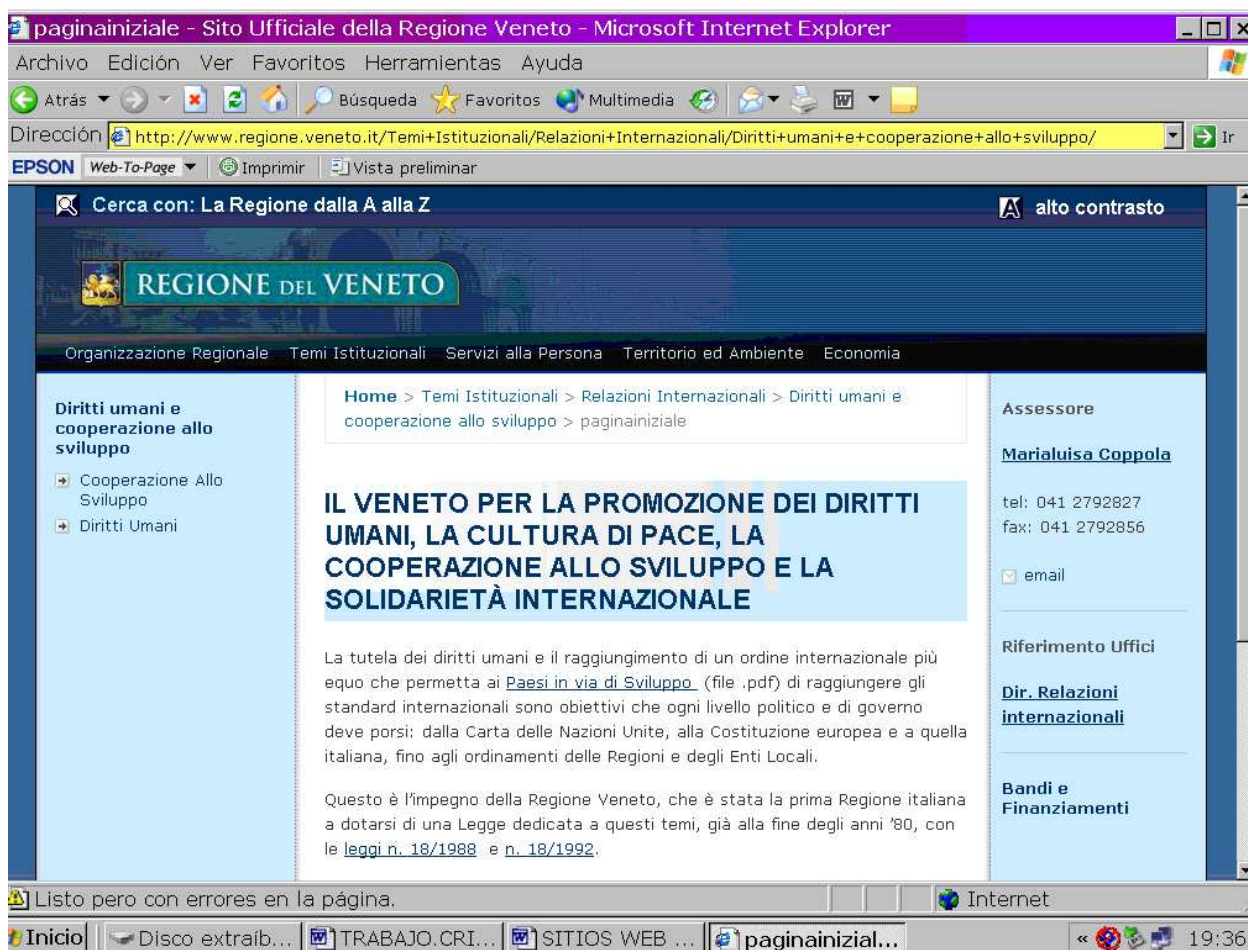


Figura 16. Il sito del Veneto attuale (2008)



La struttura, la trama visiva, e la navigazione non cambiano. Si tratta di pagine interne al portale regionale, e il percorso per arrivare rimane: Home page>Temi Istituzionali>Relazioni Internazionali. Il colore blu/grigio regna sovrano. Nello spazio centrale si sviluppano i contenuti accerchiato dagli strumenti di navigazione, costituiti dal frontespizio con il logo regionale, dalla barra principale orizzontale sottostante, con 5 sezioni (LA REGIONE, TEMI ISTITUZIONALI, SERVIZI ALLA PERSONA, AMBIENTE E TERRITORIO, ECONOMIA) e dalla barra di sinistra. La navigazione tematica rimane invariata e allo stesso modo a destra ritroviamo gli uffici e le strutture amministrative di riferimento, con tanto di nominativi degli assessori competenti e dei funzionari, con mail e indirizzi.

La navigazione è unica, semplice e intuitiva, si conosce sempre dove ci si trova grazie al path, si tiene in conto anche l'usabilità, con la possibilità di aumentare il contrasto e di fare una ricerca con un motore interno. Prevalgono i sintagmi nominali e nel complesso la sobrietà, che si distingue in testi brevi, spaziati, e nella mancanza di immagini. Ritroviamo le caratteristiche che individuano il sito come modello della strategia dell'istituzionalità.

Comparando le due versioni del sito, appare invece una variazione, che (come si può vedere nelle due immagini seguenti) avviene a livello dello stile discorsivo e della narrazione veicolata dai testi.

In primo luogo, cambia la catalogazione della tematica di riferimento: se nel 2006 la sezione si chiamava DIRITTI UMANI E COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO, nel 2008 (e nella versione attuale) si chiama COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO E SOLIDARIETÀ INTERNAZIONALE. Questo cambiamento è accompagnato dall'ampliamento della sezione, che nel 2006, nella barra del menù a sinistra comprendeva solo due parti, COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO E DIRITTI UMANI, mentre attualmente troviamo 7 sezioni (Contributi e Finanziamenti, Il Comitato, Programmi Piani e relazioni, Link Utili, Normativa, Archivio News, Pubblicazioni). La barra verticale di destra rimane invece la stessa, con i contatti dell'assessore e degli uffici competenti, insieme ai Bandi-Finanziamenti.

Nel caso del 2006, la pagina centrale della sezione si apre con il seguente testo, dal titolo IL VENETO PER LA PROMOZIONE DEI DIRITTI UMANI, LA CULTURA DI PACE, LA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO E LA SOLIDARIETÀ INTERNAZIONALE:

La tutela dei diritti umani e il raggiungimento di un ordine internazionale più equo che permetta ai paesi in via di sviluppo (file.pdf) di raggiungere standard internazionali sono obiettivi che ogni livello politico e di governo deve porsi: dalla Carta delle Nazioni Unite, alla Costituzione Europea e a quella Italiana, fino agli ordinamenti delle regioni e degli enti locali. Questo è l'impegno della regione Veneto, che è stata la prima regione italiana a dotarsi di una legge dedicata a questi temi, già alla fine degli anni '80, con le leggi 18/1988 e n.18/1992.

Notiamo da un lato la volontà di riconoscimento come “ente pioniere” nell'intraprendere azioni dirette di cooperazione, per il quale lo sviluppo di paesi stranieri è una priorità e un dovere, e dall'altro lato l'intenzione di spiegare al cittadino in cosa consista la cooperazione e il suo oggetto (vedi ad esempio che accanto alla menzione di Paesi in Via di Sviluppo si apre un documento che spiega quali sono e la definizione degli stessi). Questa intenzionalità è rafforzata dall'uso di strumenti esplicativi come il documento-power point (un formato particolarmente utilizzato nella didattica), per definire l'ambito della cooperazione, e dal tono interrogativo utilizzato anche nei testi successivi. Infatti, quando si apre la sottosezione COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO, che nel testo centrale diventa COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO E SOLIDARIETÀ INTERNAZIONALE (mentre i Diritti Umani che avevano condiviso il titolo della sezione passano a costituire un apparato a sé stante, raggiungibile attraverso la barra di sinistra), appare la domanda “Cos'è la cooperazione allo sviluppo – o aiuto internazionale” e la spiegazione risulta essere una citazione dalla legge del Ministero degli esteri, da cui si riprende anche la definizione di cooperazione decentrata che viene data nel Power Point allegato. Segue la domanda: “Cosa sono gli interventi di solidarietà internazionale”? E “Cosa fa la Regione Veneto per la Cooperazione allo Sviluppo e la Solidarietà Internazionale”. Si spiegano quindi esaustivamente, con un linguaggio diretto e semplice, le attività della regione in questo senso.

La struttura linguistica, il tono, il registro e l'insieme degli strumenti a disposizione, delineano un'intenzione dell'autore di dirigersi direttamente, in un appello, ad un destinatario che non potrebbe non sapere di che cosa si sta trattando, ma che a ha disposizione tutta l'informazione necessaria per verificare le azioni della

Regione Veneto, e nello stesso tempo, nel caso non lo sapesse, di farsi un'infarinatura della cooperazione allo sviluppo. L'enunciatore cerca di instaurare quindi un contratto di lettura basato su una distanza pedagogica, attraverso un regime discorsivo della competenza e dell'autorità: la Regione "insegna" al cittadino e lo informa prima di tutto sulla tematica, in una volontà di diffusione e di necessità di educazione, dato che, come abbiamo visto nel primo testo, la cooperazione dovrebbe essere una priorità per qualsiasi istituzione pubblica. Quindi l'istituzione pubblica si qualifica con un SAPERE e un DOVERE FARE, nel nome di una missione di guida e di educazione dei propri cittadini, e di una competenza che la indica come soggetto principale delle azioni di cooperazione. È interessante notare che questa strategia discorsiva si accompagna da un lato ad una trama visiva che conferma questa autorità, coerente a quella che abbiamo definito come lo stile ISTITUZIONALE, che contrasta però con lo stile del discorso, la relazione di complicità instaurata con il destinatario (non solo un soggetto competente, ma anche qualsiasi cittadino che non abbia mai sentito parlare di aiuto allo sviluppo), che invece appartiene alla strategia dell'umanitario. Questa rottura rispetto ai modelli che abbiamo ipotizzato viene però sanata nella versione del 2008.

Nel sito attuale, infatti, i diritti umani scompaiono e la sezione si chiama semplicemente COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO E SOLIDARIETÀ. Questo cambiamento ci sembra rilevante, perché indica uno spostamento all'interno del campo semantico che abbiamo delineato in riferimento al tema trattato: nella versione precedente del sito, i diritti umani sono messi sullo stesso piano della politica di cooperazione, e la Regione Veneto si dota di una competenza (sapere) e di una intenzione (dovere) che delinea la cooperazione come un mezzo, uno strumento per permettere al destinatario, i paesi in via di sviluppo, di raggiungere l'oggetto di valore, costituito dallo SVILUPPO o meglio, dal livello di sviluppo della regione stessa. In questo caso, invece, la narrazione cambia:

La cooperazione decentrata allo sviluppo

*La Regione del Veneto, attuando negli anni la propria attività di cooperazione decentrata, ha messo in piedi un "**sistema Regione**" per la cooperazione: la Regione **coordina e "mette in rete" gli attori della cooperazione**, realizzando e sostenendo iniziative che hanno un forte*

*radicamento nel territorio veneto. La sua azione si è inoltre caratterizzata per il fatto di **considerare i destinatari dell'aiuto come veri e propri partner**, con cui instaurare relazioni operative e durature di scambio reciproco e di sviluppo concreto.*

La solidarietà internazionale

*La Regione realizza numerosi interventi di solidarietà internazionale, intendendo come tale **l'aiuto umanitario a favore di popolazioni colpite da gravi calamità naturali o da altre situazioni straordinarie di crisi**. Questo tipo di interventi ha una durata necessariamente limitata nel tempo, in quanto il suo scopo è quello di rispondere con immediatezza a situazioni di emergenza.*

Notiamo immediatamente come si distingue fra la cooperazione, che si specifica come decentrata, e la solidarietà internazionale, che definisce le azioni umanitarie, limitate agli interventi di emergenza in caso di calamità naturali, quindi a situazioni puntuali, dei quali si specifica la limitazione nel tempo. Questa divisione è netta, e se da un lato risponde ad una maggiore precisione e testimonia una conoscenza del campo (in cui effettivamente le attività di cooperazione vanno distinte da quelle di emergenza, differenti per modalità di azione, intervento, pratiche eccetera), dall'altro testimoniano un cambiamento nella strategia discorsiva, più vicina a quella che abbiamo definito dell'istituzionalità.

La Regione di ritaglia il ruolo di “*coordinatore*”, per cui si evince che i soggetti della cooperazione sono altri, e i paesi non sono più beneficiari degli aiuti ma vengono assurti al ruolo di *partner*. Questa dichiarazione di principio si riflette poi nelle sottosezioni enumerate in precedenza (Contributi e Finanziamenti, Il Comitato, Programmi Piani e relazioni, Link Utili, Normativa, Archivio News, Pubblicazioni) che compongono la sezione: come avevamo segnalato per la prima versione del sito della cooperazione del Mae (paragrafo 4.2.1.), si descrive il funzionamento amministrativo e la struttura regionale dedicata agli interventi di cooperazione previsti, cioè si preferisce raccontare il “come” fare invece di “cosa”.

Nel discorso della Regione Veneto e in generale nel modello comunicativo dell'istituzionalità prevale una narrazione che “informa”: si elencano una serie di leggi, di normative, di nominativi, di numeri. Il paradigma informativo si costituisce

come un'attività strategica, all'interno di questo regime enunciativo, e, come ricorda Abril¹⁷⁷ a proposito della natura culturale dell'informazione, quest'ultima è lontano dall'essere un'attività asettica e oggettiva:

L'informazione moderna, il “dare formato”, raggiunge l'efficacia di un processo di comunicazione nel tempo e nello spazio. Questo fa di essa un'attività strategica, in quanto si tratta di salvaguardare le condizioni di registro, immagazzinamento, trasmissione e identificazione testuale di qualsiasi dato o contenuto, assicurando la sua stabilità mediante la preservazione preventiva dal rumore che il contesto o gli usi particolarizzati potessero sovrapporgli.

L'informazione, e di conseguenza una strategia comunicativa basata su di essa, è quindi una formazione culturale, un modo di rappresentare e “dare formato” alla realtà attraverso un discorso che ricerca il proprio effetto pragmatico sul destinatario, che viene raffigurato e inserito in questa narrazione informativa come un “lettore che reagisce a degli stimoli” (vedi ancora Abril), non un interprete¹⁷⁸.

L'intenzione di dimostrare uno stato di cose “oggettivo” e la rappresentazione del destinatario come soggetto obbediente a stimolo/risposta e pertanto manipolabile, richiamano le caratteristiche di un discorso egemonico, come abbiamo ricordato con il modello del rizoma nel capitolo 3, attraverso la riduzione ad una strategia dell'informazione che passa attraverso l'esperienza sensoriale e l'attività testuale-discorsiva, cioè nei modi testuali che articolano il linguaggio con altri registri semiotici (iconici, plastici eccetera)¹⁷⁹, portate avanti dalle istituzioni pubbliche nell'ambito della cooperazione allo sviluppo. A continuazione, vedremo come questa pratica informativa sia frequentemente

¹⁷⁷ Abril, G., “La información como formación cultural”, in *Cuadernos de Información y Comunicación. Información y cultura visual*, Vol.12, Madrid, 2007, pag. 69.

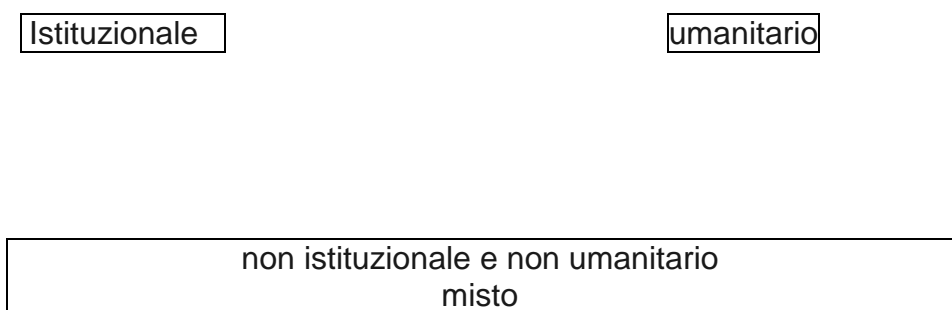
¹⁷⁸ L'autore intende in questo senso distanziare la propria definizione di lettore dal senso ermeneutico abituale, suggerendo un passaggio, per l'analisi delle pratiche comunicative contemporanee, da un modello retorico ad un modello psico-tecnico di interpretazione del significato, che presuppone nel destinatario altre condizioni di uso intermini spaziali, temporali e culturali.

¹⁷⁹ Abril, 2007, pag. 62, op. cit.

utilizzata dalle regioni italiane, anche nei casi in cui l'insieme della discorsivizzazione del sito web sia più vicino al modello umanitario.

4.5.3. Dal quadrato al triangolo: le altre regioni italiane

Nel caso della Regione Veneto, abbiamo visto che il paradigma dell'informazione forma parte di una strategia comunicativa tanto nella versione più istituzionale del sito quanto in quella precedente, leggermente più vicina (anche se non tanto come vedremo in altri casi) al modello umanitario. Anche per gli altri siti regionali, procedendo con la comparazione delle analisi, abbiamo verificato la presenza di vari casi classificabili come un modello misto, né totalmente istituzionale né totalmente umanitario. Ci sembra pertanto che i termini subcontrari, secondo la terminologia greimasiana, del quadrato semiotico che abbiamo usato per delineare le quattro categorie dei regimi enunciativi delle istituzioni prese in esame potrebbero essere avvicinati fino a coincidere in un unico vertice. Nelle nostre analisi, abbiamo constatato che, come abbiamo segnalato per la provincia di Bologna e la Regione Veneto, nessun sito istituzionale aderisce perfettamente all'una o all'altra strategia: in tutti i casi, esiste una netta prevalenza dell'uno o dell'altro, ma con differenti gradi di densità. Continuiamo a credere nella validità epistemologica del nostro quadrato, che mette in evidenza modelli (*type*) pertanto irraggiungibili, e visualizziamo i casi reali (*token*) attorno ad essi, ad una distanza più o meno grande a seconda del gradi di saturazione o dispersione della simbologia della rappresentazione proposta, in un continuum che va dalla polarizzazione di umanitario e istituzionale alla condensazione (modello misto). A questo punto il quadrato si è definitivamente trasformato in un triangolo:



Di seguito, attraverso le immagini delle home page dei siti, forniremo una classificazione dei siti regionali che abbiamo analizzato secondo questo nuovo schema.


4.5.4. Modello istituzionale

Iniziando dal modello istituzionale, i siti web regioni Abruzzo, Trentino Alto Adige, Sicilia, Valle d'Aosta, Lombardia e Friuli Venezia Giulia sono assimilabili a questa categoria.

Abruzzo

<http://www.regione.abruzzo.it/xEuropa/index.asp?modello=coopIntAtt&servizio=xList&stileDiv=mon&template=default&msv=cooperaz1>





Regione Autonoma Trentino-Alto Adige/Südtirol
lunedì 23 febbraio 2009

Meteo Trentino Meteo Alto Adige scrivi Deutsch

Home Ripartizione III Ufficio per l'Integrazione europea e gli aiuti umanitari Aiuti umanitari

aiuto mappa del sito grafica alta visibilità carattere A A A

Ufficio per l'Integrazione europea e gli aiuti umanitari

AUTI UMANITARI

Informazioni, modulistica e normativa

INTEGRAZIONE EUROPEA

Informazioni, modulistica e normativa

ATTIVITA' DI INTERESSE REGIONALE

Informazioni, modulistica e normativa

Albo contribuiti

SOGGIORNI STUDIO ESTERO

Informazioni, modulistica e normativa

Aiuti umanitari

Interventi a favore di popolazioni di stati extracomunitari colpiti da eventi bellici, calamitosi o in condizioni di particolari difficoltà economiche e sociali.

Contatti

avv. FRANCO BEBER
Direttore d'ufficio

Tel. 0461/201316 - 0471/322122 Fax 0461/201410 - 0471/322128

TRENTO

dott. EUGENIO MARZIANI
Referente aiuti umanitari

Tel. 0461/201411

rag. MARIA GIULIA CHINI
Referente aiuti umanitari

Tel. 0461/201442

BOLZANO

dott.ssa ANGELIKA MAYR
Referente aiuti umanitari

Tel. 0471/322121 Fax 0471/322127

Domande e Modulistica

Le domande relative a iniziative promosse da enti e associazioni con sede in **Provincia di Trento** devono essere presentate presso:

REGIONE AUTONOMA TRENTO-ALTO ADIGE
Ufficio per l'integrazione europea e gli aiuti umanitari
38100 TRENTO - Via Gazzoletti n. 2 - IV piano

Le domande relative a iniziative promosse da enti e associazioni con sede in **Provincia di Bolzano** devono essere presentate presso:

REGIONE AUTONOMA TRENTO-ALTO ADIGE
Ufficio per l'integrazione europea e gli aiuti umanitari
39100 BOLZANO - Piazza Sarnesi n. 3 - I piano



www.regione.sicilia.it

Ufficio Speciale per la Cooperazione Decentrata allo Sviluppo e alla Solidarietà Internazionale alle dirette dipendenze dell'Assessore regionale alla Presidenza

Home page

News

Organigramma

Dove siamo

Attività dell'Ufficio Speciale

Collegamenti utili

La carta di Peters

Leggi regionali

Programma di Cooperazione Transfrontaliera Italia-Tunisia 2007-2013

Programma di Cooperazione Transfrontaliera Italia-Malta 2004-2006

Programma di Cooperazione Transfrontaliera Italia-Malta 2007-2013

Graduatoria finale Cooperazione Decentrata

Contatti

Introduzione

L'Ufficio Speciale per la Cooperazione Decentrata allo Sviluppo e alla Solidarietà Internazionale è stato istituito, ai sensi dell'art.4, comma 7 della L.R. n.10 del 15/5/2000, con Delibera della Giunta Regionale n.206 dell'8/5/2001 al fine di creare i presupposti organizzativi ed amministrativi per le politiche legate alla cooperazione decentrata allo sviluppo ed alla solidarietà internazionale previste dall'art.196 della L.R. 32/2000.

Con Delibera n. 240 del 9/7/2004 all'Ufficio sono state assegnate le competenze sulla politica di prossimità annunciata dalla Commissione Europea giusta COM (2004) 373.

Nella scorsa legislatura, l'Ufficio è stato individuato dall'Amministrazione Regionale quale soggetto attivo per partecipare alla definizione del "Programma di sostegno alla cooperazione regionale", finanziato con fondi del CIPE e gestito dal Ministero Affari Esteri (MAE), che ha l'obiettivo di definire metodologie e modalità di lavoro comuni con le altre Regioni italiane e con i Paesi partner della politica di prossimità che ha avuto avvio nel 2007 attraverso progetti sperimentali nel Mediterraneo e nei Balcani.

Nel 2006, con delibera della Giunta n. 167 del 6/4/2006, sono state assegnate all'Ufficio le competenze relativamente ad Interreg III del Dipartimento della Programmazione ed in particolare con il Programma Italia-Malta 2004-2006 lo stesso diveniva Autorità di Gestione.

Successivamente all'approvazione del PO FESR 2007 - 2013 con Decisione CE 2007/4249 del 07/09/07, l'Ufficio Speciale, in qualità di Autorità di Gestione del PO Italia-Malta 2007-2013, veniva individuato quale soggetto competente, all'interno dell'Amministrazione Regionale, "al fine di assicurare il coordinamento tra le iniziative che saranno promosse nel quadro della cooperazione interregionale e le ulteriori iniziative in cui sarà coinvolta la Regione Siciliana".

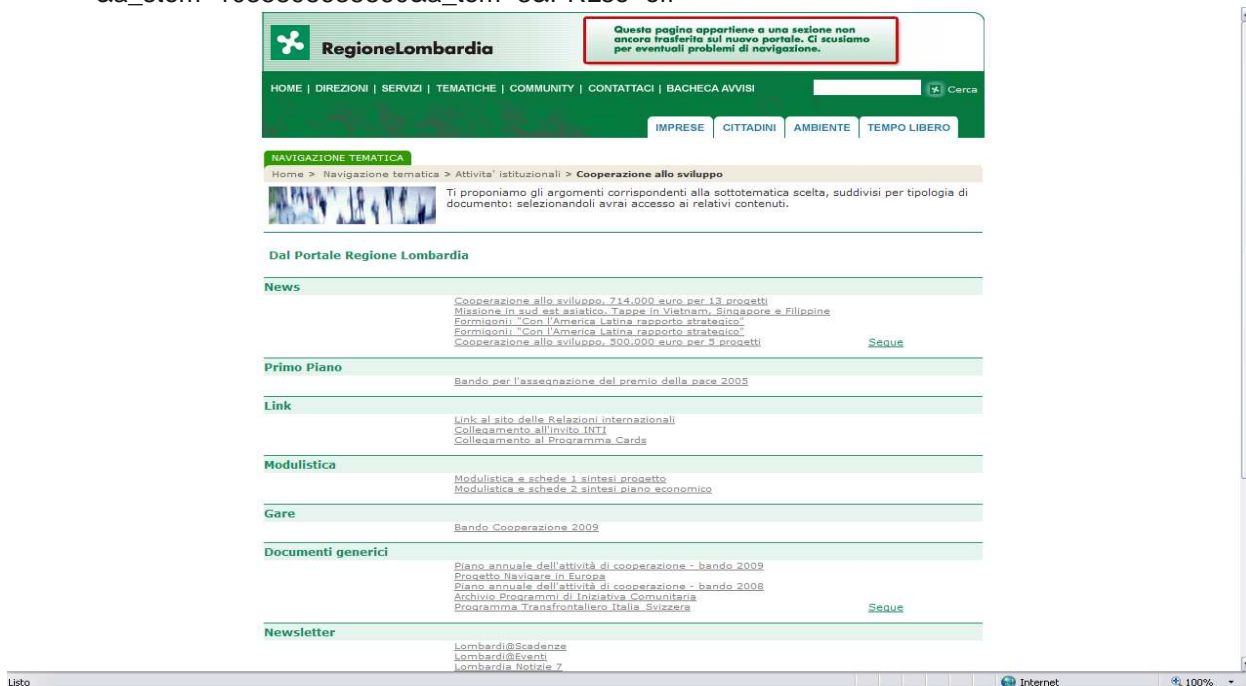
L'Ufficio, inoltre, è stato individuato come Autorità Unica di Gestione del programma di cooperazione transfrontaliera Italia-Tunisia 2007-2013 giusta nota della Commissione Europea datata 8 Aprile 2008.

Valle d'Aosta, http://www.regione.vda.it/internaz/coop-internaz/default_i.asp



Lombardia,

http://www.regione.lombardia.it/wps/portal/_s.155/609?PRLfrom=cl&azione=naviga&masc=no&type=*%&a_stem=1035898638860&a_tem=3&PRLso=off



Friuli Venezia Giulia (cooperazione internazionale)

<http://www.regione.fvg.it/rafvg/rapportieuropeinternazionali/areaArgomento>.

The screenshot displays the official website of the Friuli Venezia Giulia region, specifically the 'cooperazione internazionale' (international cooperation) section. The header features the regional logo and navigation links for various topics like 'rapporti europei ed internazionali', 'obiettivo competitività regionale e occupazione', and 'progetto Euroregione'. A search bar and language options (english, furlan, slovensko, deutsch) are also present. The main content area is titled 'cooperazione internazionale' and includes a breadcrumb trail: 'sei in: home > rapporti europei ed internazionali > cooperazione internazionale'. Below this, there is a paragraph explaining the region's role in international cooperation, followed by a world map highlighting key areas: 'Sud est europa', 'federazione russa - nuovi stati indipendenti', 'bacino sud mediterraneo', and 'america latina'. To the right of the map, there are several links under the heading 'materia di competenza del Presidente', including 'uffici e contatti', 'Servizio rapporti internazionali e partenariato territoriale', and 'Graziano Lorenzon'. A 'trasparente' (transparent) section at the bottom left offers a 'filo diretto con i cittadini' (direct line with citizens) and links to 'richieste segnalazioni' and 'proposte reclami'. The browser's address bar at the bottom shows the URL: 'http://www.regione.fvg.it/rafvg/rapportieuropeinternazionali/areaArgomento'.

Come nel caso del Veneto, in tutti i casi si tratta di pagine interne (come si vede dagli URL riportati sopra le figure), dipendenti della sezione Europa/Relazioni Internazionali (Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Abruzzo, Trentino Alto Adige), o da Affari Istituzionali/Presidenza, identificandosi subito in un ambito istituzionale. La struttura è basica e semplice (con l'eccezione del Friuli Venezia Giulia, che presenta un originale casellario in alto a destra, e una struttura gerarchica libera), con le barre di navigazione principali a sinistra e in alto, e in due casi (Abruzzo e Valle d'Aosta) anche a destra (sempre rispetto all'utente), per cui in tutti i casi delimitano una parte centrale che contiene i testi principali. La navigazione è quindi molto semplice, grazie anche al path in evidenza che segnala dove si è e come ci si è arrivati (a parte nel caso di Sicilia e Valle d'Aosta), con prevalenza di menù a tendina e sezioni fisse a cui si può ritornare, così come all'home page, tanto attraverso il path come cliccando sullo stemma della regione di riferimento. Le immagini sono praticamente inutilizzate: nei casi di Abruzzo e Trentino, nell'intestazione compare un richiamo alla bandiera d'Europa (stelle disposte in forma circolare su fondo blu), simbolo dell'internazionalismo a cui la cooperazione viene incorporata. Nel caso della Valle d'Aosta, nel centro della pagina è piazzato una delle tipiche iconografie della cooperazione: la mano che sostiene il

mappamondo, e anche in questo caso non si tratta di una fotografia quanto di un riferimento simbolico. Negli altri casi le sole note di colore sono date dalle bande che sottolineano le sezioni e dalle linee che le separano, o dal frontespizio. Prevalso il colore blu/verde, e gran parte dei siti hanno uno sfondo bianco, e nel complesso lo spazio delle pagine è riempito da testo.

Le sezioni presenti nelle barre di navigazione, a parte quelle comuni al resto del sito (la mappa, i contatti, le lingue possibili), ricalcano quello che abbiamo chiamato la strategia dell'istituzionalità: i sintagmi nominali (Attività, Normativa, Programmi) usati per descrivere le attività di cooperazione della regione rimandano a una serie di testi, leggi, concorsi, elenchi di progetti dei quali si conosce solo il costo, in termini numerici, la quantità di paesi con cui si coopera, i soldi stanziati, gli uffici di riferimento a cui rivolgersi. Una serie di dati e di normative che descrivono amministrativamente il funzionamento dell'istituzione pubblica, il “come” ma non il cosa. Non si descrivono le attività realizzate in concreto, e solo nel caso del Friuli Venezia Giulia, e a parte il Veneto che abbiamo già analizzato, si dà una definizione di cooperazione, che viene divisa in due sezioni distinte all'interno del sito, “cooperazione internazionale¹” e “cooperazione decentrata²”:

1. Essere il punto di riferimento della Nuova Europa, realizzando l'armonia delle diversità, l'applicazione della conoscenza, l'investimento dell'innovazione.

Migliorare il benessere di cittadini e ospiti attraverso lo sviluppo sostenibile dell'economia e del territorio.

2. Una cooperazione promossa e realizzata dalla Regione, con il massimo coinvolgimento delle comunità locali per realizzare progetti di sviluppo locale attraverso le rappresentanze istituzionali ed associative. Il contributo regionale previsto dal bando viene erogato a Organizzazioni non governative, Enti Locali, Associazioni di rilievo sanitario e sociale, Dipartimenti delle Università, scuole, istituti di ricerca e formazione e Aziende Sanitarie del Friuli Venezia Giulia per la promozione di progetti di cooperazione allo sviluppo con ampie ricadute per il territorio regionale.

In entrambi i testi risalta la mancanza di riferimento ai paesi con cui si coopera, e ai problemi del sottosviluppo, mentre il discorso è orientato alla Regione stessa (*“Essere il punto di riferimento della nuova Europa”* e *“Una cooperazione promossa e realizzata dalla Regione”*) e agli altri soggetti con cui collabora, ma mai ai destinatari degli interventi. Ricordando quanto abbiamo segnalato all'inizio a proposito dell'URL, le relazioni internazionali e l'Europa sono i paradigmi di riferimento per inquadrare la cooperazione, che viene ridotta a relazioni fra paesi in quanto istituzioni, non come soggetti/nazioni composti da persone e caratterizzati geograficamente, economicamente e socialmente da una situazione problematica.

Siamo nel polo di condensazione simbolica dell'istituzionalità: non per nulla, le pagine dedicate a quest'attività fanno esplicitamente richiamo alla cooperazione, anche se definita ulteriormente come allo sviluppo (Valle d'Aosta, Veneto, Lombardia), decentrata (Sicilia, Abruzzo) e internazionale (Friuli Venezia Giulia). Solidarietà e Aiuti Umanitari sono presenti solo nel caso del Veneto e del Trentino Alto Adige.

L'enunciatore, l'autorità regionale, si dilunga nel processo delle proprie attività definendosi come “istituzione pubblica” (significativa in questo senso la presenza in tutti i casi della sezione “Uffici” per designare i funzionari competenti) dotata del dovere di informare i propri cittadini in nome della trasparenza, che però prende corpo in una narrazione quantitativa, numerica, burocratica delle pratiche amministrative messe in atto nel campo delle relazioni internazionali, che trasformano l'accessibilità in un'intenzione frustrata dalla complessità della burocrazia e dalla scelta di privilegiare la funzione di strumento che permette la realizzazione di attività di cooperazione senza compromettersi in prima persona nelle stesse, ma definendo le modalità di svolgimento, le regole del gioco. Emblematico in questo senso il testo che compare nella pagina principale dedicata alla Cooperazione Decentrata allo Sviluppo e alla Solidarietà Internazionale della Regione Sicilia, che dovrebbe servire come introduzione:

L'Ufficio Speciale per la Cooperazione Decentrata allo Sviluppo e alla Solidarietà Internazionale è stato istituito, ai sensi dell'art.4, comma 7 della L.R. n.10 del 15/5/2000, con Delibera della Giunta

Regionale n.206 dell'8/5/2001 al fine di creare i presupposti organizzativi ed amministrativi per le politiche legate alla cooperazione decentrata allo sviluppo ed alla solidarietà internazionale previste dall'art.196 della L.R. 32/2000. Con Delibera n. 240 del 9/7/2004 all'Ufficio sono state assegnate le competenze sulla politica di prossimità annunciata dalla Commissione Europea giusta COM (2004) 373. Nella scorsa legislatura, l'Ufficio è stato individuato dall'Amministrazione Regionale quale soggetto attivo per partecipare alla definizione del "Programma di sostegno alla cooperazione regionale", finanziato con fondi del CIPE e gestito dal Ministero Affari Esteri (MAE), che ha l'obiettivo di definire metodologie e modalità di lavoro comuni con le altre Regioni italiane e con i Paesi partner della politica di prossimità che ha avuto avvio nel 2007 attraverso progetti sperimentali nel Mediterraneo e nei Balcani. Nel 2006, con delibera della Giunta n. 167 del 6/4/2006, sono state assegnate all'Ufficio le competenze relativamente ad Interreg III del Dipartimento della Programmazione ed in particolare con il Programma Italia-Malta 2004-2006 lo stesso diveniva Autorità di Gestione. Successivamente all'approvazione del PO FESR 2007 – 2013 con Decisione CE 2007/4249 del 07/09/07, l'Ufficio Speciale, in qualità di Autorità di Gestione del PO Italia-Malta 2007-2013, veniva individuato quale soggetto competente, all'interno dell'Amministrazione Regionale, "al fine di assicurare il coordinamento tra le iniziative che saranno promosse nel quadro della cooperazione interregionale e le ulteriori iniziative in cui sarà coinvolta la Regione Siciliana". L'Ufficio, inoltre, è stato individuato come Autorità Unica di Gestione del programma di cooperazione transfrontaliera Italia-Tunisia 2007-2013 giusta nota della Commissione Europea datata 8 Aprile 2008.

Salta all'occhio anche ad una lettura superficiale la quantità di leggi, numeri, date, sigle impiegate che rendono impossibile la comprensione a meno di

essere dotati di una competenza amministrativa in materia di gestione della cooperazione e in particolare di quella siciliana.

4.5.5. Modello misto

Passiamo quindi a considerare quello che abbiamo definito come “modello misto”, che si caratterizza per l'utilizzo di elementi di entrambe le strategie, istituzionale e umanitaria, frutto dell'avvicinamento e fusione dei termini subcontrari del nostro quadrato semiotico. Ne formano parte le seguenti regioni: Piemonte , Lazio, Regione Emilia-Romagna, Umbria, Marche e Puglia.

A prima vista, possiamo notare un cambiamento significativo nelle home page di questi siti, come mostriamo a continuazione con le immagini di riferimento.

Emilia-Romagna, <http://www.spaziocooperazione decentralata.it/2006/index.asp>



Marche, <http://www.cooperazione sviluppo.marche.it/>

lunedì 1 dicembre 2008 Staff | Mappa

**REGIONE
MARCHE**

**Cooperazione allo sviluppo
e solidarietà internazionale**

Home Cooperazione Progetti Documenti Community Link utili Ricerca

[Home](#) [Login](#)

Presentazione

Benvenuti nel sito **Cooperazione allo Sviluppo e Solidarietà Internazionale** della Regione Marche. Il sito nasce con l'esigenza di presentare e promuovere tutte le iniziative di cooperazione allo sviluppo e solidarietà internazionale realizzate e promosse dalla Regione Marche e dal territorio regionale. Il sito che fa parte del portale delle "Relazioni Internazionali e Comunitarie" vuole essere un luogo di confronto e sviluppo per quanti operano nei settori della promozione della cultura della pace, dei diritti umani, della solidarietà internazionale e cooperazione allo sviluppo. **ENTRA**



In evidenza

Graduatoria Microprogetti 2008/2009 - mercoledì 17 settembre 2008
Con Decreto n. 115/RIC_12 del 17/09/2008 è stata approvata la graduatoria dei Microprogetti 2008/2009.

[dettagli ...](#)

graduatoria PIT 2008 - venerdì 25 luglio 2008
Pubblicata la graduatoria PIT 2008

[dettagli ...](#)

Concorso nazionale "Adriatico/Mediterraneo: mari d'Europa. Storie d'integrazione e dialogo" - lunedì 7 luglio 2008
Concorso nazionale "Adriatico/Mediterraneo: mari d'Europa. Storie d'integrazione e dialogo" promosso dalla Regione eUSR Marche.
La Regione Marche, in stretta collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale, bandisce, nell'ambito del progetto "SeaEurope" cofinanziato dal Parlamento Europeo, il concorso nazionale per immagini e video "Adriatico - Mediterraneo: mari d'Europa. Storie

Internet 100%

Lazio, <http://www.regione.lazio.it/web2/contents/ambiente/argomento.php?vms=18>

The screenshot shows the website of the Regione Lazio (Lazio Region) with the URL <http://www.regione.lazio.it/web2/contents/ambiente/argomento.php?vms=18>. The page is titled "Cooperazione decentrata" (Decentralized Cooperation). It features a sidebar with navigation links: "Hai selezionato la tematica:", "Cooperazione decentrata", "Direzione regionale", "Organizzazione e recapiti", "Bandi/Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013", "News", "Argomenti correlati", and "Sito web Cooperazione decentrata". The main content area includes a photo of a child, a text block explaining decentralized cooperation, and a list of objectives: "mobilitare le popolazioni e tener conto maggiormente dei loro bisogni e delle loro priorità", "rafforzare il ruolo e la posizione della società civile nei processi di sviluppo", and "favorire lo sviluppo economico e sociale - duraturo ed equo - attraverso la partecipazione". There are also two smaller images: one of people in a rural setting and another with the text "detersivi alla spina" and "MICROCREDITO PER IL FOTOVOLTAICO FONDO DI ROTAZIONE".

Puglia, <http://www.europuglia.it/>

The screenshot shows the website of EuropaPuglia, the regional portal for Puglia. The page is titled "Cooperazione Regionale" (Regional Cooperation). It features a sidebar with navigation links: "Area Istituzionale", "Cooperazione Regionale", "Cooperazione Interregionale", "Interreg III 2000-2006", "POR 2000-2006", "Programmazione 2007-2013", "POI Energia", "Home page", "Cooperazione Regionale", "L.R. 20/2003", "Articolo 8", ">> Ricerca Progetto", "Aree Tematiche", and "Aree Geografiche". The main content area includes a photo of a group of people, a text block explaining the regional cooperation law, and a list of objectives: "Obiettivi generali" (Recognize local communities as real beneficiaries of partnership interventions, favor the reinforcement of the culture of the partnership between local communities and institutions, promote the European and intercultural culture) and "Obiettivi specifici" (Sensibilize and educate about solidarity and peace, recovery of dignified living conditions, support for the commercial and social, favor the return of immigrants in Puglia from their countries of origin, update professionally interested citizens, pay attention to the conditions of minors and disadvantaged persons). There are also two smaller images: one of a group of people and another with the text "ALDA", "CRPM", "Euroregione Adriatica", "ITENETs", "OICS", "Link", "Balcinicooperazione news", "Formez news", "Europuglia news", "Rai TGR - Levante", and "Rassegna Stampa".

Umbria, <http://www.regione.umbria.it/canale.asp?id=219>

The screenshot shows the official website of the Regione Umbria. The header includes the logo and name 'Regione Umbria' with the URL 'www.regione.umbria.it'. A navigation bar contains links for 'ENTRA IN REGIONE', 'AREE TEMATICHE', and 'NEWS REGIONALI'. Below this, a secondary navigation bar lists various services like 'Home', 'Guida al sito', 'Normativa', 'Bandi', 'Gare e Appalti', etc. The main content area is titled 'Servizio rapporti internazionali e cooperazione' and features a sub-header 'Rapporti internazionali e cooperazione di Umbria nel mondo'. The text describes international relations and cooperation efforts, mentioning agreements with Poland and China. A sidebar on the right lists various regional agencies and a login section for 'Area Riservata'. The footer includes contact information and a search bar.

Piemonte, http://www.regione.piemonte.it/affari_internazionali/internazionali/index.htm

The screenshot shows the official website of the Regione Piemonte. The header features the logo and name 'REGIONE PIEMONTE'. The main navigation bar is titled 'AFFARI INTERNAZIONALI E COMUNITARI'. Below this, a secondary navigation bar lists links like 'chi siamo', 'normativa', 'documenti', 'link utili', and 'bandi'. The main content area is titled 'AFFARI INTERNAZIONALI' and features a sub-header 'La cooperazione internazionale delle Regione Piemonte'. The text describes international cooperation efforts, mentioning agreements with various countries and the role of the region in promoting international relations. A sidebar on the left lists various international areas of intervention like 'Africa', 'America', 'Balceni', etc. The footer includes contact information and a search bar.

La prima caratteristica è che si tratta di siti autonomi (tranne nel caso della Regione Umbria, nel quale un sito dedicato è attualmente in preparazione, e del Piemonte), sia esterni al sito della Regione sia interni. L'URL e l'intestazione dei

siti ci confermano lo spostamento strategico verso il modello umanitario: insieme alle denominazioni cooperazione allo sviluppo e decentrata, appaiono “promozione di una cultura di pace” (Emilia-Romagna), “solidarietà internazionale” (Marche), aiuti umanitari (Trentino). Nel caso del Piemonte, che per ubicazione (interna) e posizionamento (all'interno della sezione Affari Internazionali e Comunitari) apparterebbe al modello istituzionale, una delle sezioni è dedicata alla Educazione alla Pace, segnalando quindi un movimento contrario verso il modello umanitario, insieme ad altri elementi del sito.

Come i contenuti, veicolati tanto dall'estetica, dominata dall'universo geografico della mappa e del mondo, in differenti colori e stilizzazioni, quanto dalle sezioni che strutturano il sito: si spiega in esteso cosa sia la cooperazione internazionale e ancora più a fondo la cooperazione decentrata, con tanto di schemi e definizione metodologica. Inoltre, i paesi destinatari sono presenti ampiamente: le sezioni dedicate ad aree geografiche (Africa, Asia ecc.) sono descritte con estensione, ricche di foto e di riferimenti ai progetti in corso.

A differenza del modello istituzionale, in questi siti compaiono i destinatari, tanto visivamente (per l'ampio ricorso all'immagine delle mappe e all'uso di fotografie) quanto nella struttura e nei testi iscritti. L'istituzione pubblica si apre all'esterno, e quest'intenzione è veicolata dalla struttura formata dalle barre di navigazione, che permettono una navigazione libera e tematica, con rimandi interni multipli, e dalla metafora del quotidiano, tanto per il richiamo visivo e il tono dei testi (dai sintagmi nominali passiamo a verbi come “contattaci” e “chi siamo”), per l'ampio uso della sezione News o Notizie, in cui si riportano notizie e le novità riguardanti la cooperazione regionale.

Allora perché inserire questi siti nel modello misto? Accanto alle caratteristiche che possiamo far risalire alla strategia dell'umanitario, troviamo comunque una forte presenza dell'istituzione in quanto tale, nelle marche enunciative presenti nei siti. La Regione si iscrive come enunciatore nel testo mantenendo la funzione di “informatore”, attraverso i riferimenti e le sezioni ampiamente dedicate a leggi, concorsi, organizzazione interna, funzionari e uffici dedicati, e di autorità. Il paradigma dell'informazione è più forte che mai, poiché assunto a valore della narrazione (che nel modello istituzionale era l'istituzione in sé) come oggetto (il sapere) che l'enunciatore mette a disposizione dell'enunciatario in materia di cooperazione. Lo sforzo in trasparenza e accessibilità che passa per dettagliare il

funzionamento istituzionale, quello che abbiamo ricordato in precedenza come il “come”, attraverso le strategie di avvicinamento al destinatario (la stessa estetica più accattivante ne è una prova), si trasforma nel contenuto stesso dell'azione: fare cooperazione diventa informare su di essa, a prescindere da cosa effettivamente si faccia, come e con chi. La differenza può sembrare sottile però è decisiva. Enumerare una serie di progetti (come nel sito della Regione Lazio), di cui si dice solo il nome dell'ente che li porta avanti, la zona di intervento e una breve descrizione degli obiettivi (non dell'azione effettivamente realizzata!), è sufficiente per dare l'impressione di autorevolezza e di azione in prima persona, quando il ruolo di semplice coordinazione visto nel modello istituzionale continua in azione.

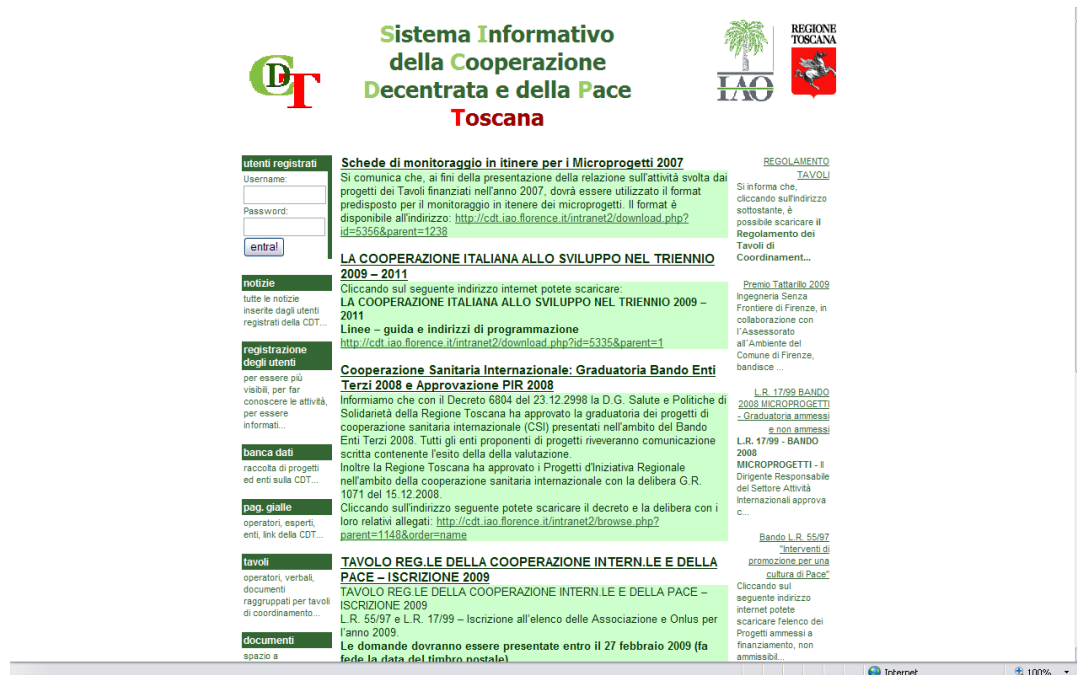
4.5.6. Modello Umanitario

Infine, l'altro vertice del quadrato, la strategia dell'umanitario, di cui fanno parte pochi siti delle regioni italiane, e con qualche peculiarità. In questa categoria includiamo il sito esterno della Regione Piemonte (Agorà) che però è stato sostituito da quello interno che abbiamo appena descritto, e il sito della Toscana, oltre a ricordare l'analisi della Provincia di Bologna :

Agorà, <http://agora.regione.piemonte.it/>



Toscana, <http://cdt.iao.florence.it/>



In questo modello abbiamo inserito anche il sito dell'Osservatorio Interregionale Cooperazione Sviluppo, in quanto ente pubblico che coordina le attività delle singole regioni nell'ambito di sviluppo internazionale, con l'obiettivo di creare un sistema italiano, in collaborazione con il Ministero degli Esteri.

Osservatorio Regionale Cooperazione Sviluppo, <http://www.oics.it/>



Oltre agli aspetti che abbiamo segnalato nel modello precedente, riconducibili alla strategia umanitaria (struttura meno gerarchica, estetica accattivante e variegata in quanto a immagini e cromatismo, comparsa del destinatario degli aiuti, fotografie reali), quest'ultima viene qui rafforzata dall'indebolimento dell'autorità istituzionale a livello enunciativo. Scompaiono o sono meno evidenti i riferimenti legislativi e normativi e all'ente che li eroga (gli uffici e i funzionari), lo spazio dei contenuti strettamente di cooperazione (eventi, iniziative, progetti, documentazione utile) si amplia fino a costituire la maggior parte del sito. Inoltre, e a nostro parere si tratta dell'elemento più importante, soprattutto per la potenzialità nella comunicazione della cooperazione come pratica interattiva, il destinatario del sito non solo viene chiamato a partecipare (attraverso le modalità di iscrizione al sito, alla newsletter, alla segnalazione di eventi, notizie e formazione) passivamente, ma attraverso l'informazione procurata dal sito viene invitato ad avvicinarsi al mondo della cooperazione e a svolgere una parte attiva. L'informazione fornita dall'istituzione passa ad essere strumentale, e il sito web assurge al ruolo di aiutante in un percorso narrativo in cui l'utente/destinatario è il soggetto protagonista il cui obiettivo è raggiungere l'oggetto di valore, la cooperazione, per poter scegliere la modalità di coinvolgimento e di attività, ma comunque in potenza svolge un ruolo attivo. In questo senso, il cambiamento è rilevante, perché anche l'istituzione passa da soggetto ad aiutante, e la cooperazione diventa un valore in sé, un'ideologia articolata nel sistema istituzionale che da ambito pubblico diventa politico.

4.6. I regimi discorsivi emergenti dai modelli

Dopo aver segnalato l'esistenza di “modelli” di siti, che abbiamo semplificato in tre principali, descriveremo una serie di “regimi discorsivi” che emergono dalle analisi, e che ci sembra importante segnalare dal momento che forniscono delle chiavi di lettura utili alla nostra tesi, alla ricerca dei valori e delle ideologie della cooperazione internazionale allo sviluppo.

4.6.1. L'ente come coordinatore-controllore

In tutti i casi analizzati, trattandosi di siti istituzionali ufficiali, diretta emanazione dell'ente pubblico, quest'ultimo si presenta come soggetto enunciatore principale, come abbiamo appena visto nel paragrafo precedente. Sia come soggetto che

come aiutante, la Regione instaura con il destinatario un contratto di lettura (in questo caso, di lettura/azione) fondato sull'autorità, sul valore istituzionale in sé, come rappresentante dei cittadini ma superiore ad essi. L'abbondanza nei testi analizzati di espressioni come CONTROLLA, COORDINA, SUPPORTA, indirettamente suppone l'investitura di un'autorità indiscutibile, da un lato, e dall'altro proietta la propria funzione da un'azione in prima persona ad un coordinamento in cui a “sporcarsi le mani” sono altri. Questo modo di dire è particolarmente calzante nel momento in cui ci troviamo, come è il caso, nell'ambito della cooperazione, al quale l'ente pubblico, sia esso nazionale, regionale o provinciale, tende ad aggiungere “decentrata” per giustificare la propria mancanza di iniziativa e soprattutto per evitare di assurgere al ruolo-guida anche da un punto di vista politico. Allo stesso tempo l'istituzione mantiene il ruolo di autorità e la funzione di controllo (soprattutto derivante dalla designazione di linee programmatiche di azione che spesso mascherano interessi economici o strategici piuttosto che essere determinati dai paesi in via di sviluppo, e dal potere finanziario) su gli altri attori che convoca all'azione, e attraverso i valori di partecipazione e sussidiarietà può permettersi di pilotare le azioni senza assumersene diretta responsabilità, almeno a livello discorsivo e simbolico.

4.6.2. La semantica burocratico-umanitaria

Nelle analisi dei siti istituzionali, abbiamo potuto osservare la prevalenza di quello che chiameremo un linguaggio burocratico-umanitario, che costituisce l'universo semantico della cooperazione allo sviluppo. In cui convivono da un lato un linguaggio tecnico, l'abbondanza di riferimenti legislativi, la burocrazia letterale, e dall'altro termini come pace, solidarietà, aiuti umanitari. In questo senso, gli enti pubblici instaurano sulla cooperazione allo sviluppo un regime discorsivo della competenza, veicolato dal paradigma dell'informazione e dalla modalità del sapere, che designa una stretta cerchia di professionisti della cooperazione come destinatari (altri enti, ong, associazioni), ed esclude tutti gli altri, delimitando quindi il campo della cooperazione ad un ambito privato.

4.6.3. L'economia della cooperazione

La cooperazione viene trattata dai siti che abbiamo analizzato attraverso la bilancia della quantità di fondi destinati, dal costo dei progetti, dal numero di

partner coinvolti, dalla quantità di zone geografiche toccate. Si fa strada quindi l'ipotesi dell'esistenza di un'economia della cooperazione, che privilegia una narrazione quantitativa alla descrizione dei progetti in atto, ai beneficiari coinvolti, alla qualità e alle finalità degli interventi. Che conti più la quantità che la qualità si riflette anche nei pochi siti in cui si enumerano i progetti in corso: si descrivono con parametri quantitativi, ma in nessun caso abbiamo trovato una valutazione o un report finale di quanto attuato, come se all'istituzione, una volta controllata la parte economica, non interessi sapere se l'intervento sia andato a buon fine e la ripercussione ottenuta.

4.6.4. L'esclusione del destinatario: la sofferenza a distanza

Abbiamo già accennato alla quasi assoluta mancanza dei paesi destinatari degli aiuti. Invisibili nel caso della strategia istituzionale, appena presenti in quella umanitaria, anche nei casi in cui vengono iscritti nel discorso sulla cooperazione, in genere attraverso immagini fotografiche, vengono rappresentati in un modo che li "cosifica" e li colloca in una posizione così distante da poter assistere impunemente, senza sentirla, la loro sofferenza.

Nonostante la stessa etimologia del termine cooperazione implichi un principio di collaborazione, nella comunicazione attraverso il sito web degli enti analizzati l'altro scompare. E scompare anche quando viene rappresentato come vittima e collocato lontano dalla sensibilità dell'enunciatore.

Una strategia che ci sembra specialmente efficace per portare avanti quest'opera di esclusione passa attraverso la rappresentazione fotografica. Questo argomento meriterebbe uno studio a parte, mentre qui ci limiteremo a pochi commenti e all'inclusione in appendice di una galleria di immagini prese da siti della cooperazione che abbiamo analizzato. Le strategie che rendono possibile rappresentare discorsivamente la sofferenza pur mantenendola innocua ai fini dell'ordine prestabilito sono state ben descritte da Boltanski¹⁸⁰. L'elemento centrale introdotto da Boltanski è quello della *distanza* tra *spettatore* e *sofferente*, attraverso l'evidenza della non appartenenza al medesimo contesto sociale e/o geografico dell'individuo che guarda rispetto a colui che si racconta o viene raccontato (e che soffre). A questo scopo, è funzionale rappresentare l'altro essere

¹⁸⁰ Boltanski, L., *La souffrance a distance*, Parigi, Gallimard, 1993.

umano in un modo da non potersi identificare né condividere un'esperienza comune, e questa finalità si può raggiungere in diversi modi. Prendendo come esempio il formato fotografico, la distanza può essere veicolata da un'inquadratura troppo ravvicinata o troppo distante, in modo tale che il soggetto non possa essere visto in interazione realistica con il proprio intorno: in un primo piano, non siamo un grado di distinguere il contesto e la situazione in cui ci si trova, mancano le coordinate temporali e spaziali di riferimento. La direzione dello sguardo del soggetto ritratto, se concentrata sull'obiettivo, a prescindere da quanta tristezza sgorga dall'espressione degli occhi, lo spettatore sa che in quel preciso istante, se sta guardando una macchina fotografica che lo ritrae, non può trovarsi in una situazione disperata, o di pericolo o sofferenza immediata¹⁸¹. Abbiamo fatto solo due esempi, ce ne sarebbero altri, anche al di là delle immagine visiva, ma lo scopo è sempre lo stesso: spogliare i bisognosi, le vittime, i destinatari degli aiuti di qualsiasi condizione o elemento che possa far scattare un sentimento di empatia in chi li guarda, perché altrimenti la reazione di ribellione o di sconcerto potrebbe minare il discorso autoritario e legittimante del sistema di cooperazione allo sviluppo così come viene portato avanti dall'istituzione pubblica.

4.7. La cooperazione istituzionale: quando il pubblico non è politico

Attraverso questa carrellata sui risultati delle analisi, in cui abbiamo individuato dei modelli di comunicazione attraverso i siti e i regimi enunciativi che li compongono,

¹⁸¹ Drammaticamente interessante a questo proposito risulta la storia della famosa fotografia di Kevin Carter, (Sudafrica 1960-1994) che vinse il Premio Pulitzer nel 1994 con un'istantanea che fece il giro del mondo, la bambina sudanese prostrata dalla fame con l'avvoltoio a pochi passi di distanza, in attesa di consumare il proprio cinico pasto.



Questa foto provocò un'ondata di critiche, riassunte dalla domanda: perché invece di aiutare la bambina il fotografo si limitò a fare una bella foto e ad andarsene? Questa domanda perseguitò Kevin Carter tanto che, due mesi dopo la cerimonia in cui ricevette il premio Pulitzer, il senso di colpa lo vinse e si suicidò. Questo episodio (incluso nel documentario *La morte di Kevin Carter*, di Dan Krauss) a nostro parere è emblematico per l'eterno dilemma dell'uso della rappresentazione artistica e mediatica di situazioni violente, drammatiche, al limite, e sull'ambiguità fra la funzione di denuncia e quella estetica dell'impatto.

abbiamo schematizzato il sistema assiologico che, a nostro parere, sottostà ai discorsi degli enti pubblici sulla cooperazione allo sviluppo.

A questo scopo abbiamo utilizzato il quadrato semiotico, articolando gli spazi discorsivi nell'universo ideologico dei sistemi narrativi profondi, in cui l'oggetto di valore diventa il pubblico, che avevamo introdotto e definito nel paragrafo 3.2. in relazione e contrapposizione al politico. Nella figurativizzazione discorsiva degli ipertesti che abbiamo analizzato e nelle strategie che ne derivano, l'istituzione si qualifica come autorità dotata di sapere, competente in virtù del bene pubblico che viene fatto coincidere con la stessa istituzione. La cooperazione allo sviluppo, come pratica discorsiva realizzata dall'autorità istituzionale, viene qualificata e caratterizzata dalla sua "pubblicità", legittimata dal sistema-esperto attraverso il paradigma dell'informazione, che circoscrive l'ambito pubblico a sé stessa e ai propri cittadini ai quali offre il proprio sapere. Come tale, la cooperazione allo sviluppo diventa istituzionale, figurativizzata nella narrazione delle regioni attraverso la strategia enunciativa che abbiamo appunto denominato dell'istituzionalità. Come abbiamo analizzato, l'istituzione può optare per un discorso in cui da soggetto/oggetto si trasforma in aiutante, per cui il sito web è uno strumento per altri soggetti, che rimangono comunque all'interno del sistema-esperto (professionisti della cooperazione). In quanto portatori del sapere, i soggetti dell'enunciazione possono rappresentare i destinatari degli aiuti, ma solo in quanto funzionali a definire la cooperazione come valore in sé, non per gli obiettivi che si prefissa. La distanza a cui abbiamo fatto riferimento viene applicata nel modello che abbiamo chiamato umanitario. In questo caso, si verifica uno spostamento nel sistema assiologico di riferimento: dall'istituzione-pubblica all'ambito umanitario privato, che deve essere tale per poter giustificare le attività di aiuto umanitario come una reazione alla sofferenza che non trova spazio in una narrazione pubblica, in quanto in tal caso la domanda sulle cause e sulla trattazione del sottosviluppo potrebbe diventare un elemento scomodo e contraddittorio con il bene pubblico con cui l'istituzione si identifica.

Tornando al quadrato semiotico che abbiamo proposto nel paragrafo 4.2.4, possiamo articolarlo alla luce dell'introduzione delle categorie di pubblico vs privato:

ISTITUZIONALE	UMANITARIO
PUBBLICO	PRIVATO

Pubblico e privato si trasformano così in universi ideologici, dentro i quali si articolano i discorsi e i regimi enunciativi dell'Istituzionale e dell'Umanitario, e allo stesso tempo delinea soggetti, oggetti e mondi possibili. In questo scenario, gli enti pubblici sono soggetti di un'enunciazione in cui l'oggetto di valore è rappresentato dall'istituzione in sé, in cui non c'è posto per le ideologie e i valori se non lo strettamente PUBBLICO, e la dimensione politica rimane sullo sfondo, mentre i destinatari sono altri enti e associazioni. L'oggetto della narrazione diventa LA COOPERAZIONE in SÉ, nella strategia umanitaria, dove gli enti pubblici lasciano il campo per fare posto al soggetto ONG, che spostano il discorso ad un asse UMANITARIO, dove il valore fondamentale è il privato, la sfera sentimentale, di cui l'etica è l'assiologia dominante.

In questo modo, si separa nettamente politica e etica, pubblico e privato, da un "potere politico" si passa ad un "volere morale", e quindi si trascende alla volontarietà personale, totalmente opzionale, che non può concernere l'istituzione definita dal dovere pubblica. L'ente si evita in questo modo l'obbligo di problematizzare i problemi del sottosviluppo, e gli permette allo stesso tempo l'esclusione del destinatario degli aiuti e disegnando l'ALTRO a partire della nostra identità e dei nostri immaginari stereotipati. La cooperazione si riduce ad un'azione morale che dipende dalla nostra capacità e volontà come singoli individui, seppure organizzati in Ong o altri soggetti, dal nostro buon cuore che giustifica azioni voltate al neo-colonialismo, alla mancanza di assunzione di colpe, e al perpetuarsi di un immaginario che vuole ridotto il campo ad un accessorio, alla buona azione e non alla presa di posizione volta a ristabilire equilibri di potere e riparare le cause dello sfruttamento, considerando "gli altri" persone o attori a tutto tondo cui operare, co-operare, nell'interesse comune, ridefinendo così una sfera pubblica dove ci sia posto per la politica, le ideologie politiche ed etiche non siano relegate alla sfera privata. Dove l'istituzione pubblica si facesse carico di un discorso in prima persona, enunciando i propri valori e facendo da reale istigatore di politiche di cooperazione reali.

Capitolo 5. L'Agencia Española para la Cooperación Internacional al Desarrollo

In questo capitolo affronteremo l'analisi del sito web della Agenzia Spagnola per la Cooperazione allo Sviluppo, abitualmente conosciuta come Aecid (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo). Prima di entrare nel vivo dell'analisi, passeremo brevemente in rassegna la storia dell'Aecid, che nel 2008 ha celebrato i 20 anni di attività, e di come si prepara alle sfide del futuro, specialmente in vista della cruciale data del 2012, prefissata per il raggiungimento degli obiettivi del Millennio. Dal 2004, inoltre, la Agenzia Spagnola di Cooperazione allo Sviluppo ha intrapreso un processo di rinnovamento che riguarda tanto la gestione quanto le linee strategiche di attuazione, che descriveremo sinteticamente basandoci sul Contratto di Gestione attualmente in fase di approvazione e sul Piano Direttivo 2009-2012, che stabilisce la programmazione quadriennale dell'Aecid e le linee politiche di intervento in materia di cooperazione, in via di pubblicazione¹⁸².

Dopo aver contestualizzato l'istituzione spagnola, passeremo finalmente all'analisi semiotica del sito web. Il sito attuale ha sostituito da pochi mesi quello precedente, che avevamo monitorato in questi anni. Come per gli altri casi (per esempio il Veneto, come abbiamo visto nel paragrafo 4.5.2.), faremo riferimento a questa evoluzione nella misura in cui apporta informazioni utili al cambiamento e alle caratteristiche attuali. In questo senso, confronteremo le strategie enunciative del sito con quelle che abbiamo individuato nel capitolo 4, notando similitudini e differenze. In correlazione ai risultati dell'analisi, aggiungeremo alcuni elementi extratestuali (extrasito in questo caso), come delle brochure e altre pubblicazioni dell'Aecid, per ampliare il corpus sulla comunicazione che viene attuata delle attività di cooperazione, e soprattutto indicando i possibili sviluppi della ricerca sull'immaginario della cooperazione a partire dalle immagini visive. Il nostro scopo in questo senso sarà di suggerire delle possibili vie di approfondimento a partire da alcune caratteristiche dei testi

¹⁸² Il contratto di gestione è reperibile nella pagina Web, http://www.aecid.es/web/es/noticias/2009_02_24_contrato_gestion_aecid.html?__locale=es, mentre per la bozza del Plan Director, non ancora pubblicato nella sua versione definitiva, ringraziamo Angeles Albert, della Direzione Generale di Cooperazione Culturale e Scientifica per la averci fornito la II bozza del testo.

verbo-visuali che abbiamo visto ripetersi nei documenti e nei siti visionati in questi anni di ricerca, in vista di un approfondimento futuro.

5.1. La cooperazione per lo sviluppo in Spagna: *20 años de cooperación*

Come abbiamo già accennato, nel 1977 la Spagna figurava ancora come paese ricevente delle attività di cooperazione allo sviluppo, mentre dopo 14 anni, nel 1991, passa al lato dei donatori, entrando a far parte del Comitato di Aiuto allo Sviluppo dell'Organizzazione di Cooperazione e Sviluppo Economico. Nel 1988, veniva fondata l'Agenzia Spagnola di Cooperazione Internazionale (prima Aeci, e solo dal 2008, Aecid), direttamente dipendente dal Ministero degli Affari Esteri.

Come per l'Italia, il Mae spagnolo (che attualmente si chiama Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, denominazione che ribadisce la rilevanza attribuita a quest'ambito dagli ultimi due governi) ha la competenza esclusiva delle relazioni internazionali: pianifica, dirige, esegue e valuta le attività di politica estera, fra le quali figura la cooperazione allo sviluppo, e cura le relazioni economiche, culturali e scientifiche della Spagna.

In concreto, la politica di cooperazione con l'estero inizia nel 1984, con il Piano di Cooperazione Integrale con America Centrale. Come per altri stati europei, come la Gran Bretagna o la Francia, la cooperazione ha origine nel quadro delle relazioni instaurate nel periodo coloniale, per cui la Spagna radica la propria politica di cooperazione in America Latina, che a tutt'oggi costituisce il nucleo centrale della sua politica di sviluppo e a cui è destinato il 48% degli aiuti. Nel 1985 viene creata infatti la Segreteria di Stato di Cooperazione Internazionale e per l'America Latina e nel 1986 la Commissione Interministeriale di Cooperazione Internazionale, che costituiscono i passaggi previsti alla creazione di un'Agenzia autonoma, l'Aeci appunto. A differenza dell'Italia, dove la cooperazione costituisce un settore come gli altri afferenti al Ministero degli Esteri, gestito dalla Direzione corrispondente (anche se si discute da anni sulla possibilità di creare un organismo dedicato in esclusiva alla cooperazione), sul modello di altri paesi europei, l'Agenzia Spagnola di Cooperazione Internazionale è un organismo autonomo all'interno del Mae, con personalità giuridica, patrimonio e tesoreria propri.

Lo statuto approvato nel 2000 stabilisce la seguente struttura amministrativa: il segretario di stato per la Cooperazione è lo stesso presidente dell'Agenzia, nominato dal Governo, e affiancato da un Comitato di Direzione; il direttore amministrativo è un funzionario dello stato, da cui dipendono le Direzioni generali, come si vede nell'organigramma (figura 1).

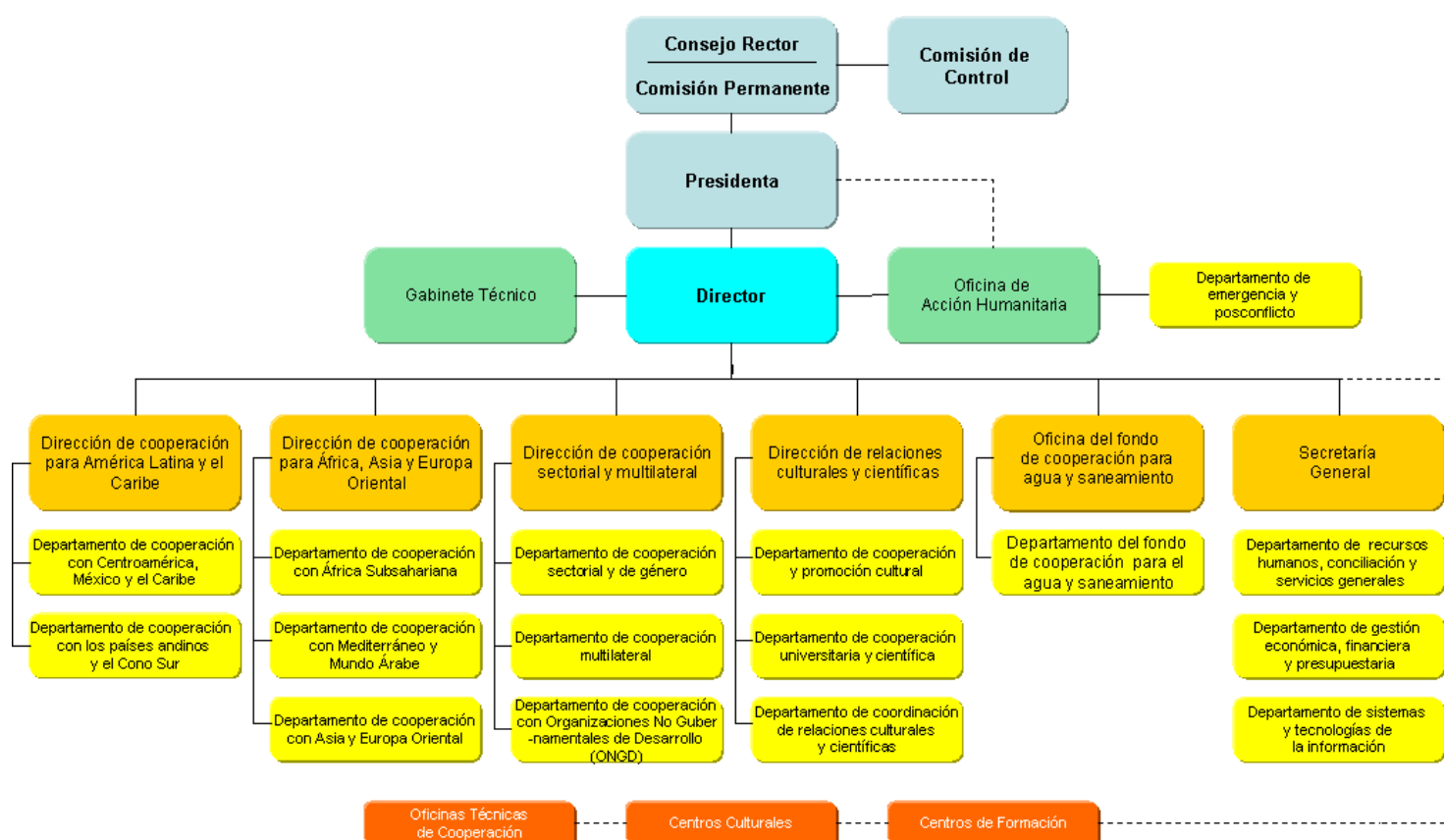
Forma parte degli organi dell'agenzia anche la struttura del personale all'estero, costituita dalle Unità Tecniche di Cooperazione (*oficinas técnicas de cooperación*, 42 in tutto il mondo), dalla Rete dei Centri Culturali (14 in America Latina e 2 in Africa, nell'antica colonia di Guinea Ecuatorial) e dai Centro di Formazione (3 attualmente in Colombia, Bolivia, Guatemala, mentre è in via di apertura il centro di Montevideo, in Uruguay), insieme al personale addetto alla cooperazione nelle varie ambasciate e consolati.

La legge 23/1998 stabilisce un meccanismo di controllo parlamentare sulle attività dell'Aecid, attraverso la Commissione di Cooperazione Internazionale per lo Sviluppo nel Congresso dei Deputati. Il Governo deve informare la Commissione sullo stato di attuazione dei programmi, dei progetti e delle azioni inclusi nel Piano Direttivo Quadriennale e nei Piani Annuali di Cooperazione Internazionale (PACI). È la Segretaria di Stato della Cooperazione a dover comparire e rispondere davanti alla Commissione.

Figura 1.

Organigrama de la AECID

(Real decreto 1403/2007, de 26 de octubre de 2007)



Dal 2004, con il primo governo Zapatero, l'Agenzia Spagnola di Cooperazione allo Sviluppo svolge un'attività fondamentale all'interno della politica di stato, che si è prefissato compiere con gli obiettivi del Millennio e ha dato grande slancio e importanza alla lotta contro la povertà. A questo scopo e coerentemente a questa volontà, si è assistito ad un forte aumento delle risorse economiche destinate a questo settore. Il budget dell'Aecid è passato dai 31 milioni di euro nel 1988 ai 925 del 2008; il finanziamento alle Ong è passato dai 12 milioni di euro (1988) alle 61 beneficiarie, ai 225 milioni alle 231 attuali; la percentuale del Prodotto Interno Lordo assegnato alla cooperazione è stato dello 0,5% nel 2008 con l'ambizioso obiettivo di raggiungere lo 0,7 nel 2012, anche se l'attuale crisi economica e finanziaria potrebbe porre in pericolo il conseguimento di questo risultato.

Non va poi sottovalutata la crescente importanza che in questi ultimi anni ha assunto in Spagna la cooperazione decentrata, grazie al forte impegno degli

enti locali e specialmente delle comunità autonome. Infatti, avvalendosi del fondamentale supporto delle ONG locali per la realizzazione dei propri progetti, le comunità autonome sono riuscite a mobilitare quasi il 29% dell'intero Aiuto Pubblico allo Sviluppo (APS) bilaterale spagnolo, facendo crescere l'incidenza della cooperazione decentrata rispetto all'aiuto pubblico, coerentemente con quanto prefissato dal Piano Direttivo 2005-2008, che stabilisce come strategia settoriale "l'aumento della capacità sociali e istituzionali: governabilità democratica, partecipazione cittadina e sviluppo istituzionale". Dal 2006, inoltre, è attivo il programma MUNICIPIA, allo scopo di dare impulso, coordinare e facilitare l'azione dei vari attori della cooperazione spagnola, e di favorire l'interazione diretta con enti locali dei paesi in via di sviluppo.

Un ulteriore elemento da sottolineare, specialmente per il suo carattere innovativo, riguarda l'approvazione dello Statuto del cooperante stabilita con la legge del 1998 e deliberata nell'aprile del 2006. In tale Statuto vengono affrontati aspetti sostanziali dell'attività del cooperante. L'importanza dello Statuto deriva soprattutto dalla rilevanza che viene data alla figura del professionista della cooperazione, che rappresenta all'estero gli aspetti più positivi della proiezione internazionale della società civile, degli ordini religiosi e delle istituzioni pubbliche spagnole. Per la prima volta le attività dei cooperanti vengono considerate un elemento strategico per la realizzazione di una cooperazione di qualità¹⁸³, iniziando a superare la deriva volontaristica pendente su questi lavoratori, e stimolando così la stessa professionalizzazione e competenza degli stessi.

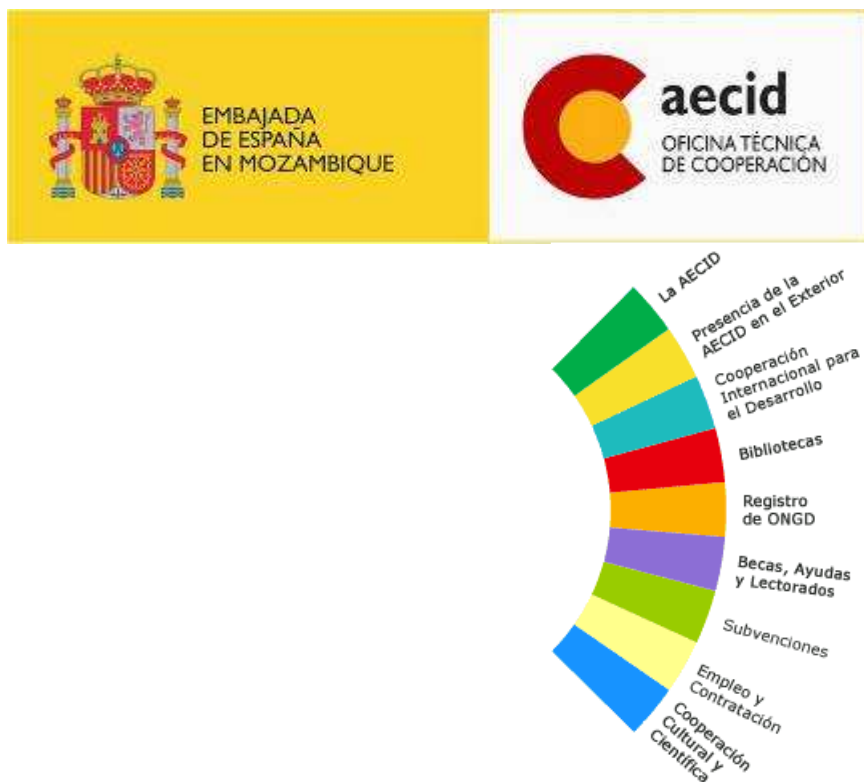
5.2. Il nuovo sito

Il sito che ci apprestiamo ad analizzare è molto recente, in quanto ha sostituito il precedente solo all'inizio del 2009. Non disponiamo di un'immagine dell'antica home page, ma come esempio, per la somiglianza con l'originale, possiamo presentare l'interfaccia grafica dell'Unità Tecnica di Cooperazione del Mozambico, che per struttura ed estetica ricorda l'antica pagina dell'Aecid (figura 2). Quest'ultima, invece del logo dell'Ambasciata, presentava quello del

¹⁸³ Per questa sintesi sulle innovazioni apportate dalla Cooperazione Spagnola abbiamo fatto riferimento al Libro Bianco sulle Politiche di Sviluppo 2007, pubblicato dall'ong Sbilanciamoci, e disponibile nella pagina web www.sbilanciamoci.org, e alle informazioni fornite dall'Aecid.

Mae e quello dell'Aecid senza la scritta Oficina Técnica de Cooperación, e sotto due finestre a scorrimento laterale, una con le *Noticias* e un'altra con le *Convocatorias* (Concorsi pubblici). A volte, era presenta un link diretto ad un argomento di particolare rilievo, come in occasione del Giorno del Cooperante.

Figura 2.



Ci sembra importante considerare questa versione precedente del sito, seppur in forma superficiale, perché, come abbiamo visto nei casi del Ministero degli esteri italiano e della Regione Veneto, i cambiamenti non rispondono sola ad una logica di aggiornamento e innovazione, ma anche all'impiego di strategie discorsive distinte, che possiamo mettere in relazione, come spiegheremo nelle conclusioni, con elementi extratestuali che aggiungono elementi fondamentali alla ricostruzione del percorso di significazione.

5.2.1. Identificazione, percorso e struttura: aspetti strumentali del sito web

Come vediamo nella figura 2, l'interfaccia grafica del sito Aeci era caratterizzato da una semplice grafica, estremamente colorata, che rimandava ad una struttura in apparenza semplice, ma in realtà poco intuitiva. La navigabilità era piuttosto limitata, ci si perdeva con facilità all'interno del sito (nonostante i richiami cromatici, non si disponeva di un sistema di ritorno immediato all'home

page), e i contenuti erano organizzati in molteplici sezioni (nell'home page raffigurate dagli spicchi di colore), in parte mantenute nel nuovo sito, in cui l'informazione era veicolata da testi lunghi che riproducevano normative, notizie ed eventi senza che le informazioni si adattassero al formato ipertestuale. Nel complesso, per non dilungarci troppo in considerazioni non dimostrabili a causa della scomparsa del sito stesso, il nostro giudizio è di un sito che, pur mantenendo nel linguaggio e nella struttura un richiamo chiaro ad una strategia istituzionale, quest'ultima veniva parzialmente superata da un'estetica "da Ong" (per i colori dell'arcobaleno, le notizie e il grande rilievo dato ai concorsi) e dal tentativo di creare un rapporto di complicità con l'utente, frustrato però dalla scarsa usabilità del sito, tanto per la struttura, le barre di navigazione e gli strumenti quanto per la tipologia dell'informazione contenuta, burocratica e amministrativa anche nel caso della sezione della Notizie.

Il sito attuale suppone un cambiamento radicale rispetto al suo predecessore, come si vede dalla figura 3.

Figura 3



L'URL del sito è costituito dal nome dell'Agenzia, www.aecid.es, ed è autonomo ed indipendente, raggiungibile anche dall'home page del Ministero degli esteri, a cui ci si può sempre ricollegare cliccando direttamente sul logo in alto a sinistra. L'home page è suddivisa in 4 colonne, di cui la prima a sinistra (dal punto di vista dell'utente) costituisce la barra di navigazione principale, composta da 13 sezioni che riprendono parzialmente quelle presenti nell'antica versione, cliccando sulle quali si apre nella stessa barra un menú a tendina con le sottosezioni corrispondenti (con un colore azzurro più marcato), mentre le altre rimangono inalterate (figura 4).

Figura 4. Menù a sinistra della pagina

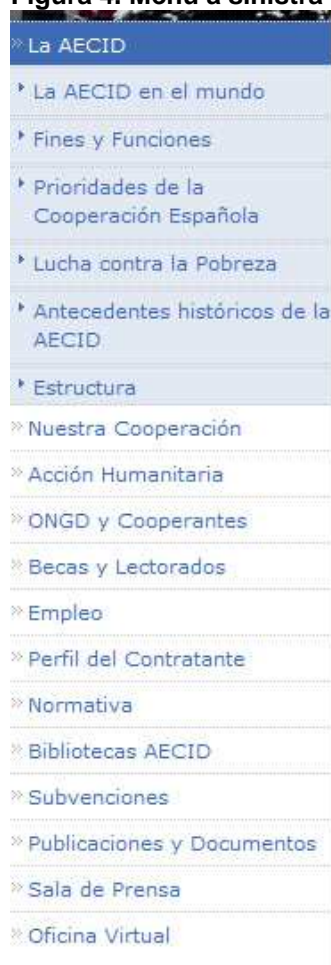


Figura 5. Menù a destra



Allo stesso tempo, anche dalle altre colonne centrali, Noticias, Convocatorias e Agenda (sottostante a Convocatorias) si può navigare e arrivare a dispiegare le sezioni della barra principale, che si modifica a partire dall'attivazione delle colonne centrali.

Nella colonna di destra, un'altra serie di collegamenti costituisce una barra di navigazione secondaria, con link che rimandano a pagine interne raggiungibili anche dalla barra di navigazione principale (AECID EN EL MUNDO che rimanda agli stessi contenuti de LA AECID>LA AECID EN EL MUNDO; SALA DE PRENSA y OFICINA VIRTUAL; solo per ATENCIÓN AL CIUDADANO non abbiamo trovato un percorso alternativo nella barra di sinistra) ed altri che rimandano a siti indipendenti ma sempre interni (LA COMISIÓN ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN CON LA UNESCO; il FONDO DE COOPERACIÓN PARA AGUA Y SANEAMIENTO; le statistiche sull'AYUDA OFICIAL AL DESARROLLO, pagine appartenenti al Ministerio de Asuntos Exteriores; los DIALOGOS AECID¹⁸⁴, situati nella SALA DE PRENSA). Come per le altre colonne, esiste la possibilità di ampliamento, cliccando su MÁS ENLACES. La barra di navigazione risulta essere secondaria, in quanto se si naviga a partire dalle altre due sezioni, nel corpo centrale della pagina appare il contenuto della sezione selezionata, che nasconde la colonna di destra e quella centrale presenti dell'home page (figura 6), che quindi non possono essere più usate dall'utente finché non ritorna all'home page.

Figura 6. L'interfaccia grafica come si presenta durante la navigazione



¹⁸⁴ Quest'ultima sezione cambia a seconda del tema che si vuole evidenziare, come abbiamo notato nei giorni in cui abbiamo monitorato il sito Web, come si può vedere nella figura 4 dove vediamo come ultimo link proposto quello al DIA DEL COOPERANTE.

Ritroviamo parzialmente, nella pagina principale del sito Aecid, quanto abbiamo rilevato per il sito della Cooperazione Italiana allo Sviluppo (paragrafo 4.4.) una divisione in due parti che funzionano con logiche distinte, tanto dal punto di vista visivo come strumentale: a sinistra, la parte che rimanda all'Aecid come ente pubblico, quindi contenente tutte le informazioni a riguardo, e si tratta di un apparato molto esaustivo, configurato con 13 voci (LA AECID; NUESTRA COOPERACIÓN; ACCIÓN HUMANITARIA; ONGD Y COOPERANTES; BECAS Y LECTORADOS; EMPLEO; PERFIL DEL CONTRATANTE; NORMATIVA; BIBLIOTECAS AECID; SUBVENCIONES; PUBLICACIONES Y DOCUMENTOS; SALA DE PRENSA; OFICINA VIRTUAL); a destra, oltre a porre in rilievo tre sezioni presenti anche nella colonna di sinistra, come abbiamo visto, troviamo anche una serie di link esterni, che rimandano a tematiche di interesse per l'ambito e i professionali della cooperazione. Anche in questo caso, la differenza estetica è notevole, da un lato troviamo solo delle voci di un elenco, dall'altro delle icone che rappresentano metaforicamente il contenuto del link proposto (figura 7).

Figura 7. Le icone della barra di navigazione di destra



La divisione è meno netta rispetto al sito del Mae perché di mantiene una certa coerenza all'interno della differenza, attraverso il colore (blu), il lettering, equilibrio della topologia e soprattutto per la presenza di immagini, come vedremo in maniera più approfondita nel seguente paragrafo.

La struttura del sito risponde ad una logica gerarchica, costituita da sezioni e sottosezioni, ma anche libera, in quanto esiste la possibilità di aprire delle finestre autonome a partire da sottosezioni o finestre che non dipendono da altre. Le possibilità di navigazione sono molteplici, può essere fatta a partire dalle sezioni, dalle pagine interne alle stesse e da alcune parole. Questo, se da un lato configura un'interattività che permette all'utente di costruire il proprio sito e di ritrovare i contenuti che cerca a seconda della propria competenza o

preferenza, dall'altro lato non è esente da una certa confusione, soprattutto se si naviga usando alternativamente una navigazione per temi e per sezioni, che nonostante la presenza del path che fornisce sempre un punto di riferimento, perché non è immediato trovare il modo di raggiungere una pagina vista in precedenza o ritornare sui propri passi. In questo senso, le convenzioni visive non aiutano molto: nella barra di sinistra, le sezioni principali cliccabili, da cui si dispiega un menù a tendina, sono contrassegnate dalle virgolette doppie basse (dette “sergenti” in linguaggio editoriale), mentre le sottosezioni da un sola virgoletta bassa e più marcata. La relazione gerarchica è rafforzata dal colore: quando ci troviamo nella sezione principale, questa diventa di un blu più scuro, e le sottosezioni di un blu più chiaro, mentre le altre sezioni non attive rimangono con fondo bianco. Quando si clicca in una sottosezione, si segnala la sua attivazione con le lettere in grassetto e il fondo che ridiventa bianco (figura 8).

Figura 8



Questo codice non ci sembra dei più evidenti e intuitivi, specialmente perché si utilizza la stessa convenzione, il fondo bianco, per modalità distinte (“in potenza” per le sezioni principali, “attivazione” per le sottosezioni), per cui la differenziazione viene affidata solo al simbolo delle virgolette, doppie basse o singola, la cui distinzione è minima. Le difficoltà di navigazione aumentano anche per il cambiamento che si sperimenta passando dall’home page (figura 9) alla navigazione per sezioni (figura 10): l’immagine dell’intestazione cambia, scompare la divisione in colonne, e non è immediato individuare il modo di

ritornare alla pagina principale (si può fare solo cliccando sul logo Aecid in alto a sinistra), né ritrovare le sezioni di destra o quelle centrali, per le quali bisogna ricorrere alle frecce di navigazione del browser.

Figura 9. La pagina principale



Figura 10. La pagina di una sezione



5.2.2. Trama visuale

Come abbiamo appena visto, da un punto di vista esclusivamente visivo l'home page e le pagine interne sono piuttosto differenti, anche se ritroviamo uno stesso schema di fondo: l'intestazione (figura 11) occupa tutta la parte superiore, ed è composta dai loghi del Ministero degli Affari Esteri e dell'Aecid, in alto a sinistra (in una posizione privilegiata, secondo i canoni dell'usabilità) e da 3 sezioni che rimangono invariate nella navigazione, in quanto adempiono ad una funzione identificativa (i dati di riferimento) e strumentale (per reperire ciò che nel sito non si trova o per ulteriori informazioni, attraverso il motore di ricerca) extratestuali, nel caso di DIRECCIONES Y TELEFONOS, e metacomunicativa (lo schema del sito stesso), nel caso del MAPA.

Figura 11



Sotto quest'intestazione, un'immagine (figura 12), corredata dall'headline 20 AÑOS DE COOPERACIÓN, che nel caso di un primo accesso al sito è composta da un'animazione a tema "20 años de cooperación". L'immagine cambia a seconda della sezione in cui ci troviamo, e quando ci addentriamo nella navigazione, risulta essere l'unico elemento visivo in molti casi, a parte quando si accompagna ad una illustrazione nel corpo del testo centrale.

Figura 12



AECID, 20 años de Cooperación

Intestazione e barra di navigazione principale a sinistra delimitano il rettangolo centrale destinato alle pagine interne (nel caso dell'home page, ulteriormente diviso in tre colonne), uno schema geometrico che si ripete anche nelle altre sezioni, e che dal punto di vista eidetico fornisce certa coerenza al sito, in cui prevalgono le linee rette, le colonne e la figura del rettangolo. L'insieme richiama la struttura gerarchica del sito, e riporta un certo ordine che aiuta una navigazione che, come abbiamo sottolineato, non risulta sempre facile.

L'home page risulta così ordinata, con degli spazi chiaramente limitati che a loro volta delimitano le sezioni e gli argomenti, ma allo stesso tempo abbondano gli elementi iconografici, non solo l'intestazione ma anche le icone della barra di destra e le foto o immagini che corredano le notizie, nel più puro stile giornalistico. Visivamente, la pagina principale del sito ricorda una testata giornalistica, con intestazione, sottotitolo, sezioni, immagini divise per colonne. Il tutto è unificato dall'onnipresente colore azzurro, nelle sue varie sfumature, del testo, degli sfondi e dei contorni che rimarkano le divisioni spaziali.

Passando a considerare le immagini presenti nel sito, troviamo che ad ogni sezione corrisponde un'intestazione che la illustra, una per ogni sezione (a parte per il caso di EMPLEO e PERFIL DEL CONTRATANTE, che usano la stessa, vedi figura 19), che rimane invariata per le sottosezioni che la compongono, mentre per queste ultime, in alcuni casi (NUESTRA COOPERACIÓN, ACCIÓN HUMANITARIA, ONGD Y COOPERANTES, EMPLEO e BIBLIOTECA) troviamo immagini nella pagina che accompagnano il testo, mentre nella maggior parte (8 sezioni) la figura dell'intestazione costituisce l'unico elemento visivo.



Possiamo ipotizzare l'esistenza di una isotopia del "luogo", che ritroviamo anche nell'illustrazione della sezione BIBLIOTECAS, che proietta l'Aecid verso l'esterno, come istituzione che si espande e si apre al mondo. Anche nella sezione NUESTRA COOPERACIÓN, in cui come vedremo a continuazione

prevalgono le fotografie dei destinatari della cooperazione, la sottosezione COOPERACIÓN POR PAISES è raffigurata da una mappa stilizzata. Inoltre, si privilegiano gli oggetti e i simboli, mentre se passiamo ad altre sezioni, l'accento viene posto, attraverso l'immagine, sui soggetti della cooperazione. È il caso della sezione NUESTRA COOPERACIÓN (figura 15) fra l'altro la più ricca in immagini, in cui quanto nell'intestazione come per le immagini delle sottosezioni, si privilegiano fotografie di persone, così come per le intestazioni di ONGD y COOPERANTES (figura 16), BECAS Y LECTORADOS (figura 17) e EMPLEO y PERFIL DEL CONTRATANTE (figura 18) e SUBVENCIONES (figura 19).

Figura 15. Nuestra cooperación (intestazione e immagini delle sottosezioni, da sinistra a destra: NUESTRA COOPERACIÓN, COOPERACIÓN POR PAISES, COOPERACIÓN MULTISECTORIAL Y DE GENERO, COOPERACIÓN CULTURAL, EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO, AYUDA PROGRAMATICA)



Figura 16. ONGD y Cooperantes (intestazione e immagine sottosezione COOPERANTES)

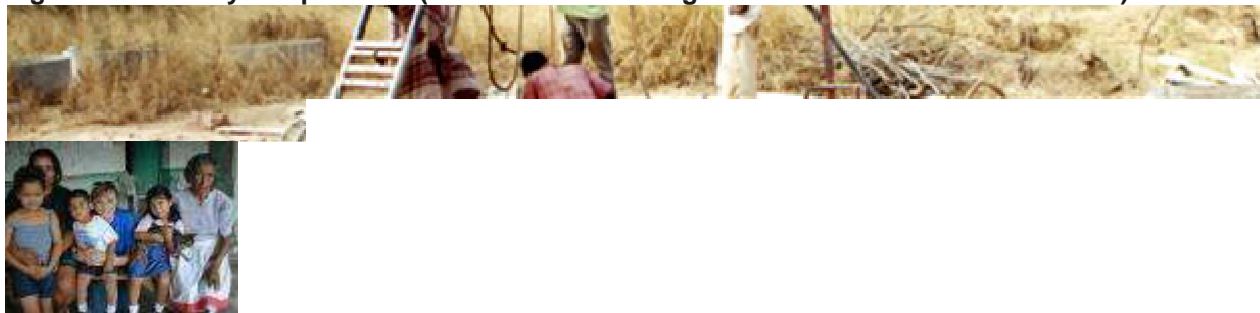


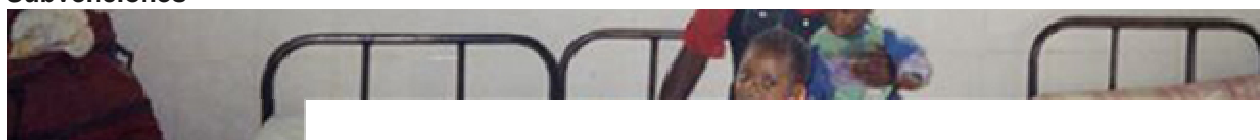
Figura 17. Becas y lectorados



Figura 18. Intestazione della sezione Empleo e immagine della sottosezione JOVENES COOPERANTES; la sezione Perfil del Contratante usa la stessa intestazione



**Figura 19.
Subvenciones**



L'isotopia semantica che ci sentiamo di azzardare, quella dell'umanitarismo, per ricollegarci alla strategia individuata nel caso italiano, comporta un richiamo al "co", cioè all'inevitabile interazione fra soggetti e viene evocata sul piano visivo ma anche su quello linguistico, perché non a caso queste sezioni richiamano azioni o riferimenti (NOSTRA) che indicano dei soggetti (noi/loro) e le attività che li hanno per oggetto: *cooperantes*, *ongd*, *empleo*, *becas y lectorados*, *subvenciones* rimandano all'universo semantico proprio della cooperazione allo sviluppo definita dalle politica spagnola di cooperazione. Singolare il fatto che le fotografie richiamano alcune caratteristiche tipiche dell'immaginario visivo della cooperazione: i soggetti ritratti con lo sguardo

verso l'obiettivo, la preferenza per i bambini e le donne, i sorrisi, i gruppi, e il colore della pelle (nero). Abbiamo accennato a questa tipologia di immagini quando abbiamo definito la strategia dell'umanitarismo (paragrafo 4.4.3.), e vi ritorneremo in seguito quando proporremo un esemplare di immagini che ipotizziamo possano costituire l'immaginario della cooperazione. Queste sezioni svolgono una funzione di rappresentazione e costruzione del discorso sulla cooperazione dall'istituzione spagnola.

Le altre sezioni potremmo invece denominarle strumentali, dirette a chi volesse approfondire la propria conoscenza, introducendosi in quello che abbiamo chiamato il "sistema esperto" e che in un certo senso definisce un destinatario professionista della cooperazione, o desideroso di diventarlo. Le intestazioni rappresentano l'unico codice visivo impiegato, che intreccia una relazione metonimica, la parte per il tutto, con il tema di riferimento (figura 20, 21, 22, 23 e 24). **NORMATIVA**, **BIBLIOTECA**, **PUBLICACIONES** raffigurano testi scritti e libri, **SALA DE PRENSA** e **OFICINA VIRTUAL** riportano rispettivamente un oggetto usato nelle riprese, la pellicola, e uno in ufficio, il mouse.

Figura 20. Normativa

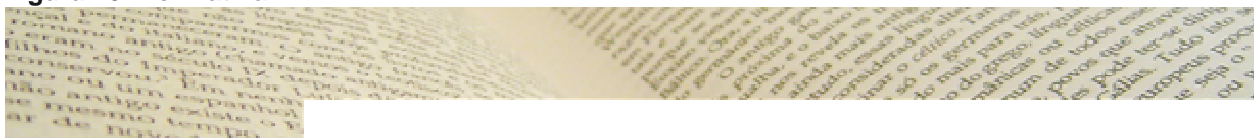


Figura 21. Bibliotecas Aecid e immagine della sezione



Figura 22. Publicaciones



Figura 23. Sala de prensa

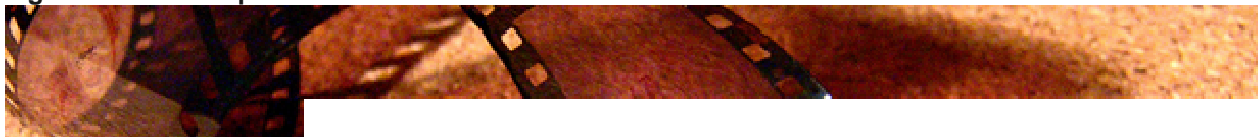
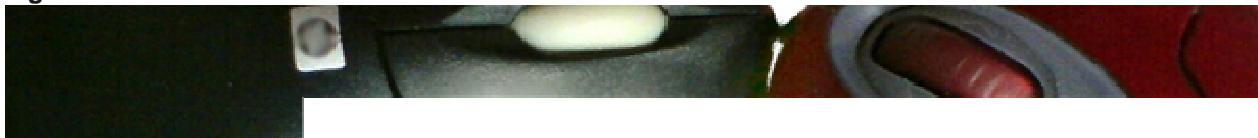


Figura 24. Oficina virtual



La sezione dell'Azione Umanitaria (figura 25), invece, si allontana dalla focalizzazione sui soggetti, perché nonostante sia la seconda sezione ad abbondare in immagini, queste ultime sono fotografie che richiamano la logistica e la struttura grazie alla quale la Aecid affronta le emergenze. Non si mostrano le situazioni drammatiche, o i soggetti che le subiscono, ma coloro che intervengono, e i mezzi usati per farlo. Si rappresentano gli strumenti: tanto a livello visivo come linguistico, l'accento è sul come e con che cosa vengono attuati gli interventi, piuttosto che su chi e per chi. Viene da chiedersi se la scelta di evitare qualsiasi riferimento a situazioni di sofferenza, una costante in tutto il sito, sia casuale o se si preferisca deliberatamente porre l'accento sulla capacità dell'istituzione, sulla propria struttura, su di sé, insomma, come valore ultimo della narrazione.

Figura 25. Acción humanitaria (intestazione e immagini delle sottosezioni, da sinistra a destra: ACCIÓN HUMANITARIA, PROTOCOLO DE ACTUACIÓN, PAUTAS DE INTERVENCIÓN, VÍAS DE ACTUACIÓN)



5.2.3. Ipotesi sulle strategie comunicative

In un certo senso, a partire dagli elementi visuali, strutturali e topologici che abbiamo rilevato fino ad ora, si delinea una narrazione nella quale l'Aecid come istituzione risulta protagonista, come deduciamo dall'esaustività dell'informazione sulla propria struttura e funzionamento, descritti da tutti i punti di vista possibili, e dai contenuti che si soffermano sui processi, sugli strumenti utilizzati, sulle risorse impiegate, sull'autocelebrazione (una pagina con un video di dieci minuti dedicato alla storia dei 20 anni dell'Aecid), sulla propria proiezione verso l'esterno, raffigurata con il generico "mondo" che conferisce un senso di magnitudine e grandezza, ribadito visivamente come abbiamo visto e nella navigazione.

Se l'Aecid è il soggetto, coerentemente all'intenzione dell'autore del sito di esporre la propria identità, la cooperazione si costituisce come oggetto di valore, raffigurata e ribadita dalle foto, dalle sezioni, dal linguaggio (NOSTRA COOPERAZIONE). Ancora una volta, è oggetto fine a sé stesso, ma diversamente dai casi italiani analizzati, l'isotopia umanitaria introduce nella narrazione l'altro, il soggetto dell'aiuto, tanto nelle immagini come nelle sezioni, anche se, come abbiamo visto nella descrizione dei regimi discorsivi (paragrafo 4.6.4.), viene caratterizzato con elementi che rimandano a stereotipi lontani dalla realtà per privilegiare rappresentazioni che potenziano l'attività cooperativa come azione positiva, tralasciando l'altra faccia della moneta, quella delle cause che la rendono necessaria e della sofferenza di chi la subisce.

L'attenzione sul processo di cooperazione, sul "come", si accentua con i testi presenti nel sito, per i quali se da un lato tanto per contenuti come per stile e registro, possiamo risaltarne l'esaustività, la chiarezza, la reperibilità (sono enumerate tutte le leggi, tutti i paesi in cui si trovano le strutture Aecid, tutti i documenti utili eccetera), che ne fanno un esempio di accessibilità, usabilità e funzionalità come sito in sé, e quindi possiamo giudicare compiuta la sua funzione come strumento, dall'altro lato ne notiamo la limitatezza in quanto a capacità di imporre un discorso articolato e multiculturale della cooperazione allo sviluppo. Non solo per come sono introdotti nell'enunciazione i soggetti destinatari della cooperazione (anche se in questo caso la distanza dall'altro viene attuata con un meccanismo di parzialità del discorso, basato sulla

positività), come abbiamo ribadito ormai più volta in questo lavoro, ma anche per l'enunciatario che prefigura, esperto, professionista o comunque con conoscenze ed interessi sull'argomento, e sensibilizzato al rispetto. Come abbiamo visto, la navigazione non è semplice né intuitiva, non si definisce il tema, ma si specifica con leggi, norme, riferimenti, fornendo informazioni utili per chi lavora in questo ambito (altrimenti come capirebbe la funzione e il motivo della sezione PERFIL DEL CONTRATANTE?). Ci ritroviamo quindi in un universo di riferimento chiuso, che l'istituzione non apre alla cittadinanza ma ad utenti che di quel mondo fanno parte, ed autoreferenziale, per le argomentazioni che abbiamo già fornito su un'istituzione concentrata su sé stessa.

5.2.4. Il sito Aecid fra umanitario e istituzionale

Riprendendo i modelli che avevamo individuato con il quadrato semiotico (semplificato poi in un triangolo) con cui avevamo articolato le categorie di istituzionale e umanitario (4.4.3.) per proporre le strategie enunciative risultanti dalle analisi, notiamo come il sito dell'Aecid sembri riproporre il modello misto.



La convivenza di strategie afferenti all'umanitario e contemporaneamente all'istituzionale ci ricordano il sito della Cooperazione italiana allo sviluppo, nel quale il discorso istituzionale era preso in carico dal piano linguistico e strutturale, mentre il discorso umanitario si estendeva in un piano visivo.

Seguendo questa linea, il sito dell'Aecid utilizza entrambe le strategie, come abbiamo appena descritto: abbiamo notato un'isotopia dell'umanitario che si declina nelle immagini, nella narrazione del sistema esperto che ha come oggetto di valore la cooperazione, strumento e valore fine a sé stesso. Non si descrivono i problemi, le cause e nemmeno le vittime, mantenute a distanza non attraverso una rappresentazione della sofferenza, ma con stratagemmi visivi dell'interpellazione, attraverso lo sguardo diretto in camera, dell'oggetto della rappresentazione che scampa così alle proprie miserie quotidiane, e con la propria partecipazione legittima lo sguardo del destinatario a non approfondire, a non andare oltre, a fermarsi sull'aspetto positivo della cooperazione. Si valorizza la solidarietà della cooperazione, il "fare con", e allo stesso tempo il processo, l'azione, gli strumenti messi in campo dall'agenzia spagnola. Si passa senza rottura, con un discorso coerente, ad una strategia istituzionale, il cui obiettivo è l'esaltazione e la messa in rilievo dell'ente in quanto tale, la sua proiezione verso l'esterno, le proprie leggi, le norme, le strutture, in grado di legittimare la propria autorità in materia.

Il risultato è un sito web che prefigura un destinatario/utente esperto, ma nello stesso tempo offre un livello di informazione tale da risultare interessante e utile anche a chi non ha dimestichezza con il formato ipertestuale, che qui viene articolato in modo abbastanza complesso, ma grazie ad una solida struttura e ad un'estetica sobria non delude come mezzo di comunicazione di massa. L'obiettivo di veicolare la propria identità come punto di riferimento e autorità ultima per la cooperazione allo sviluppo viene raggiunto, a nostro avviso, anche se notiamo, una volta in più, come a restare fuori dalla narrazione siano i protagonisti degli aiuti e il sistema stesso della cooperazione, come una pratica controversa dal punto di vista discorsivo.

Ritroviamo nei testi delle pagine i valori di solidarietà e aiuti umanitari, senza però entrare nella problematica complessa della cooperazione: come si legge nell'home page

La lotta alla povertà è l'obiettivo finale della politica spagnola di cooperazione internazionale allo sviluppo. Questa è parte dell'azione

*esterna dello Stato e si basa su una concezione interdipendente e solidaria della società internazionale.*¹⁸⁵

La povertà racchiude quindi tutti i problemi relativi al sottosviluppo, e viene assunta a causa emblematica e fondamentale dell'attività dell'Aecid, in virtù di una solidarietà sociale (non politica). In questa dichiarazione di principio vengono lasciate fuori le problematiche della cooperazione, che non possono essere ridotte, a nostro avviso, alla lotta alla povertà, perché in questo modo si contribuisce alla diffusione di una concezione dello sviluppo basata su parametri economici: se povertà equivale a sottosviluppo, la ricchezza diventa sinonimo di sviluppo, rifacendosi alla tradizione della cooperazione che abbiamo delineato nel primo capitolo, in cui esiste un unico modello secondo parametri economici basati su un modello capitalista.

Inoltre, ci sembra altrettanto rilevante l'affermazione di "allineamento politico" agli orientamenti delle agenzie internazionali, in particolare dell'Onu:

La Dichiarazione del Millennio e gli Obiettivi di Sviluppo del Millennio (Millennium Development Goals) configurano un'agenda e una metodologia comune nella lotta contro la povertà, per cui sono il principale referente della politica spagnola di cooperazione internazionale.

Questa dichiarazione ci comunica varie cose. Da un lato, la volontà della Spagna di coordinare la propria attività in ambito internazionale con gli altri soggetti e in particolare riconosce il ruolo-guida delle Nazioni Unite e del programma di raggiungimento degli Obiettivi del Millennio. Da un altro punto di vista, la scelta di focalizzazione sulla lotta alla povertà trasforma quest'affermazione in una ricerca di legittimazione della propria politica: se è stabilito dalle Nazioni Unite, allora la scelta politica si giustifica seguendo la stessa linea. Infine, la lettura può ancora essere un'altra, forse cinicamente fantasiosa: è come se l'Agenzia Spagnola scaricasse la propria responsabilità in materia su un organismo multilaterale, che, sappiamo, è poco effettivo all'ora

¹⁸⁵ <http://www.aecid.es/web/es/aecid/>.

di imporre una propria politica in disaccordo con gli stati che lo compongono, e in particolare con i membri del Consiglio Direttivo.¹⁸⁶

In un certo senso, l'Aacid sembra evitare una presa di posizione politica, almeno da quanto si evince da questo testo introduttivo presente nella pagina web. Si tratta di una strategia comunicativa che elude una presa di posizione politica come istituzione dipendente dal potere esecutivo per abbracciare una strategia umanitaria, veicolata dal piano estetico e visuale, come abbiamo visto e come vedremo nella successiva rassegna delle immagini usate anche fuori dal sito web.

Questo dato però contrasta con la struttura e i testi presenti nel sito: come abbiamo già notato, il sito dell'Aacid è un buon esempio di informazione e trasparenza istituzionale, per la completezza dell'informazione, la ricchezza dei materiali presenti, anche se a scapito a volte di una facile navigazione, e soprattutto per i numerosi testi che pongono l'accento sulle proprie politiche, settoriali, orizzontali, e sui propri obiettivi, che non si riducono ad una generica lotta alla povertà. Nel linguaggio utilizzato, abbondano espressioni come diversità culturale, sostenibilità, diritti culturali, relatività dello sviluppo e una serie di altre espressioni che denotano una concezione contemporanea dello sviluppo. In particolare, l'accento posto sulla cooperazione culturale è uno dei fiori all'occhiello della cooperazione spagnola, che riconosce ed esalta il valore della cultura come strumento di cooperazione, valido tanto quanto la cooperazione tradizionale di intervento "tecnico" o di emergenza. L'intenzione di trasparenza verso il cittadino/utente è totale, in virtù di quanto previsto dal programma elettorale in materia di pubblica amministrazione:

I cittadini esigono trasparenza e efficienza in quanto contribuenti.

Come utenti ci chiedono qualità. Come fornitori di servizi ci chiedono

¹⁸⁶La debolezza delle Nazioni Unite è un problema su cui si dibatte da tempo, perché negli anni si è convertita in un'agenzia che elargisce raccomandazioni, incapace di un'influenza effettiva, alla mercé delle nazioni (Stati Uniti, Russia, Cina, Francia e Germania) che possono imporre il veto sulle sue deliberazioni in Assemblea Generale. Il ruolo di orientazione politica, ma non effettiva, assunto dall'Onu sotto il mandato Annan, si è ridotto ulteriormente con l'attuale segretario Ban Ki-Moon, piuttosto parco e blando in dichiarazioni, come si è apprezzato nel caso dell'ultima violenta tappa del conflitto israeliano-palestinese.

*pari opportunità ed efficacia. Come elettori esigono un bilancio di gestione e resa dei conti.*¹⁸⁷

Questo discorso, veicolato dal contenuto dei testi scritti e delle pagine del sito, viene però in parte limitato dalla stessa enunciazione del sito web, come abbiamo visto, in cui la strategia politica lascia il posto al piano etico e umanitario, in uno spostamento che va dal pubblico al privato. Questo movimento, che abbiamo ipotizzato alla fine del capitolo 4, si svolge soprattutto a livello visivo, come abbiamo visto nel paragrafo 5.2.2., che ritroviamo non solo nelle pagine del sito, ma anche in altri documenti pubblicati dall'Aecid. Il risultato è un'oscillazione discorsiva fra l'istituzionalità e l'umanitario, che non permette all'ente di farsi completamente carico di un discorso antiegemonico e finalmente politico sulla cooperazione allo sviluppo.

5.2.5. Il globo, le mani, i volti: immagini dalla cooperazione

Abbiamo appena rilevato come una delle strategie comunicative utilizzate nel sito web dell'Aecid, quella che abbiamo precedentemente denominato dell'umanitario, viene veicolata dalla trama visiva, e si sviluppa specialmente su un piano estetico, in particolare attraverso le immagini che vengono utilizzate.

Nel paragrafo 5.2.2. abbiamo analizzato le sezioni del sito e le immagini ad esse correlate, identificando delle ricorrenze nella tipologia della relazione fra la denominazione della sezione e l'intestazione, nonché le fotografie associate alle singole sottosezioni, se presenti. In particolare, abbiamo identificato delle ricorrenze semantiche: l'isotopia del luogo, in cui l'immagine di una mappa, di una cartina o di un mappamondo viene associata all'istituzione e alla sua presenza nel mondo; l'isotopia dell'umanitario, in cui la descrizione delle attività concrete di cooperazione nei suoi vari aspetti (*multilateral, cultural, sectorial y de genero, ayuda humanitaria*) viene rappresentata a partire da persone, specialmente da volti, che rappresentano i soggetti coinvolti, tanto i "cooperanti" quanto i "cooperati". Il passaggio dagli oggetti ai soggetti, l'umanizzazione della cooperazione, introduce sì l'"altro", i beneficiari della cooperazione, nel discorso istituzionale, che però viene rappresentato in modo tale da venire ridotto nuovamente alla funzione di oggetto, spogliato delle

¹⁸⁷PSOE, Programma Elettorale. Elezioni Generali 2004, in Toledano, Guimaraes, Illán e Farber, 2008, opera citata.

proprie caratteristiche umane e della capacità di interazione, mantenuto a doverosa distanza, e strumentale all'esaltazione dei valori positivi della cooperazione.

Il discorso sulla rappresentazione dei soggetti della cooperazione richiederebbe uno studio approfondito che esula dallo scopo del nostro lavoro, ma ci sembra opportuno segnalare con degli esempi come certi elementi visuali si ripetano nelle immagini usati nella comunicazione della cooperazione, non solo dell'Aecid ma anche nei siti italiani che abbiamo visto, e in alcuni altri formati comunicativi che proporremo.

Iniziamo dall'iconografia geografica, che per lo più si realizza nella mappa, nel mappamondo e nella cartina geografica. Nel sito dell'Aecid, come abbiamo visto, la cartina e la mappa si associano alla struttura esteriore dell'istituzione e per indicare dove si realizzano gli interventi di cooperazione. In altri supporti, il riferimento geografico e in particolare al mappamondo, è assunto a iconografia della cooperazione nella sua totalità.

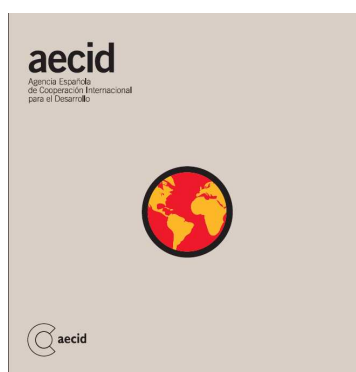
Già nel capitolo 4 avevamo visto, con alcuni esempi di loghi di differenti enti, privati e pubblici, come la rappresentazione visiva del mondo sia una delle immagini ricorrenti associate alla cooperazione allo sviluppo, e qui confermiamo quanto avevamo affermato allora, come osserviamo negli esempi proposti a continuazione.

FIGURA 26. IL GLOBO TERRESTRE

Memoria Aecid (2007)
(Aecid)



La brochure Aecid 2009



programma

VITA

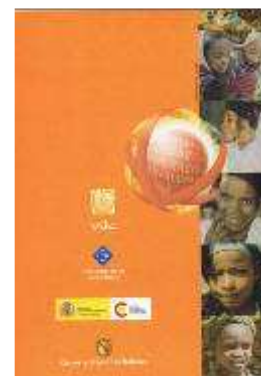


Illustrazione e copertina della brochure della Cooperazione del Veneto



Il logo della Cooperazione del Piemonte



Un'immagine del sito Europuglia



Immagine del sito del Mae



Il globo viene usato in molteplici ambiti, come nei notiziari televisivi o nelle informazioni meteo, oltreché, come nel nostro caso, come riferimento all'internazionalità, alla globalizzazione, e alla cooperazione. Abituati alla ricorrenza di questa rappresentazione, dimentichiamo la sua natura culturale, per la quale si attribuisce arbitrariamente, attraverso una pratica, un significato ad un'immagine. Inoltre, come nota Cristina Peña-Marín¹⁸⁸:

[...] quest'immagine del globo, che situa sempre ad una distanza tale che possiamo riconoscere la forma dei continenti, e, pertanto, identificare il nostro posto sulla Terra, ci ubica territorialmente e dentro l'immagine globale. Quest'immagine della sfera terrestre possiede anche, quindi, una funzione di riconoscimento di un tipo particolare, poiché dalla prospettiva esterna si allude al territorio dello spettatore, il luogo che riconosce come proprio. Il destinatario si situa

¹⁸⁸ Peña-Marín, C., "Perspectivas sobre el campo de batalla", *Tropelias* n° 11, 2000.

dentro e fuori l'immagine: dentro, nel suo posto nel globo, e qui fuori, nello spazio extraterrestre da dove gli si fa vedere il tutto.

In questo senso, l'immagine del globo risulta rassicurante e funzionale per il destinatario, in quanto gli fornisce delle coordinate per posizionarsi rispetto al proprio territorio e agli altri che gli vengono proposti. Gli permette di ampliare la propria percezione e conoscenza fino ad inglobare tutta la superficie terrestre, e quindi gli conferisce una competenza adatta alla comprensione di tematiche globali. Ci sembra tuttavia rilevante che questo meccanismo rappresentativo sia reso possibile attraverso la distanza: poter arrivare a vedere la terra implica una scala che aumenta la lontananza dalla stessa, e nel momento che l'immagine globale viene applicata in cooperazione, riproduce questa distanza rispetto ai territori, e quindi alle problematiche trattate. Abbiamo già visto come la stessa prospettiva di distanza venga applicata per la sofferenza, e, come vedremo, per la oggettivazione nella rappresentazione dell'altro.

Spesso associate al globo, come abbiamo visto nel paragrafo 4.3.2., le mani sono un'altra presenza costante dell'immaginario visivo della cooperazione, e in questo caso il grado di simbolismo è tale che la cooperazione si identifica con l'iconografia della mano, in una relazione che da culturale pretende di diventare naturale. Oltre agli esempi che abbiamo già apportato, aggiungiamo alcune pubblicazioni dell'Aecid che utilizzano questa simbologia (figura 27). Come abbiamo detto, la mano richiama alla solidarietà umana, all'amicizia, alla relazione fra soggetti. Come parte del corpo umano, appartenente a tutti senza distinzioni di razza o status social-economico, la mano personalizza la cooperazione, e la assurge ad una possibilità radicata nell'appartenenza alla specie umana e pertanto giustificata dalla supposta solidarietà fra coloro che appartengono alla stessa specie, più che da un ideale di giustizia sociale. Ci si appella quindi ad un sentimento di condivisione invece che ad una ideologia politica di rispetto dei diritti fondamentali e di uguaglianza.

FIGURA 27. LE MANI (pubblicazioni varie Aecid)



FIGURA 28. I VOLTI DELLA COOPERAZIONE Aecid



Un altro elemento visivo costante, che da solo meriterebbe uno studio a parte, per la complessità delle tematiche che chiama in causa, sono le fotografie di persone che corredano le attività di cooperazione. Abbiamo accennato sopra della tipologia dei soggetti rappresentati, e pur coscienti delle limitatezze delle nostre considerazioni, la frequenza con cui abbiamo incontrato, in siti e altri materiali dedicati alla cooperazione allo sviluppo, certe caratteristiche della rappresentazione, ci induce a segnalare quanto segue. Da un lato, le foto riprendono dei soggetti umani, persone in posa davanti alla camera, come dimostra lo sguardo fisso, siano essi ritratti individuali o gruppi. Dall'altro, si tratta quasi sempre di persone di colore, specialmente donne e bambini, che con lo sguardo verso l'obiettivo sembrano voler chiamare in causa il destinatario della foto. Nel sito e in alcune pubblicazioni Aecid prese in esame (figura 28) abbiamo ritrovato questi leit motiv visivi, così come nel sito del ministero degli Esteri italiano dedicato alla cooperazione, e alcune sue pubblicazioni.

Ministero degli Esteri (sito cooperazione)



Ministero degli Esteri (pubblicazione report annuale)



Attraverso queste rappresentazioni, entriamo nell'ambito della raffigurazione dell'altro, e questo altro ha una funzione, come nel caso del globo, di distanziare il soggetto raffigurato secondo una strategia della distanza della situazione e delle caratteristiche del soggetto rappresentato, talmente distinto e distante dal destinatario da rassicurarlo sulla propria posizione privilegiata e pertanto in grado di provare una certa empatia. Quest'ultima giustifica la cooperazione in quanto ha come oggetto persone "oggettivate" al punto da essere ridotte a cose, per cui si può provare pietà per loro ma non si mette in discussione lo squilibrio della società globale. Alla stessa logica di snaturalizzazione e spersonalizzazione contribuisce il formato di molte di queste fotografie, che abbiamo rilevato in vari supporti dedicati alla cooperazione allo sviluppo: la giustapposizione di immagini e di frammenti di fotografie differenti (ma anche di altri tipi di immagini) che ricrea un'immagine a sé stante.

Abbiamo ritrovato spesso questa modalità di illustrazione nella nostra ricerca, in formati distinti (pubblicazioni e pagine web), provenienti da differenti organizzazioni (istituzionali e Ong) e di diverse nazionalità (figure 19).

Premettendo che stiamo solo facendo delle considerazioni basate comunque su un corpus troppo povero per dare fondamento scientifico alle nostre affermazioni, ci sembra comunque interessante sottolineare questa pratica, invitando alla riflessione sui suoi possibili effetti di significato.

Nei casi che abbiamo incontrato, il collage di fotografie rappresenta persone, ma anche luoghi e oggetti, messi gli uni accanto agli altri in modo da risaltare la provenienza da supporti diversi. Non si cerca di dissimulare la frammentarietà dell'insieme, che anzi sembra essere ricercata. Quasi ad attirare l'attenzione sulla differenza e allo stesso tempo sulla molteplicità. Utilizzare un'immagine con queste caratteristiche in una pubblicazione o un sito sulla cooperazione internazionale sembra quasi rispondere all'esigenza di rappresentare la totalità delle situazioni, e delle persone che si aiutano, così come il globo rappresentava la totalità dei luoghi e paesi suscettibili di essere aiutati, cioè tutti. Da un lato quindi pensiamo ad un'intenzionalità di rappresentazione della totalità, dall'altra della diversità. Mettendo tutti i soggetti e le situazioni sullo stesso piano, mescolati senza nessun criterio e uniti solo in virtù della loro differenza e alterità come destinatari, non come persone "piene", secondo noi si rischia di produrre un effetto di indistinguibilità che contribuisce alla "cosificazione" dell'oggetto di cooperazione. Come afferma Stuart Hall:

Piuttosto in opposizione alla cecità e all'ostilità che l'alta cultura europea ha evidenziato nei confronti della differenza etnica, all'incapacità di questa di parlare di etnicità anche quando stava registrando in modo plateale i suoi effetti, non c'è nulla che il postmodernismo globale ami di più che un certo tipo di differenza: un tocco di etnicità, un gusto dell'esotico, come diciamo in Inghilterra "un po' dell'altro". [...] Dobbiamo interrogarci su questo silenzio continuo all'interno del mutevole terreno del postmodernismo, ma dobbiamo anche chiederci se le forme di commercializzazione dello sguardo che questa proliferazione di differenze consente e sollecita, e al tempo stesso rinnega, non producano realmente, insieme con

*Benetton e con i modelli maschili di The Face, un tipo di differenza che non fa nessuna differenza.*¹⁸⁹

FIGURA 19. IL FRAMMENTO

Aecid



Coop Italia



Onu



¹⁸⁹ Hall, S., *Il soggetto e la differenza*, Roma, Meltemi Editore, 2006, pag. 266.

5.3. Aecid: considerazioni finali

Alla luce di quanto descritto fino ad ora, il sito web dell'Aecid si differenzia dai siti web della cooperazione italiana che abbiamo analizzato nel capitolo 4, e in particolare dal suo omologo della Cooperazione Italiana allo Sviluppo, anche se mantiene alcune caratteristiche che possiamo far rientrare nella strategia dell'umanitario.

In primo luogo, l'Aecid sembra compiere il proprio mandato di istituzione referente nel sistema della cooperazione spagnola: da un lato per l'informazione ampia e dettagliata riportata nel sito, attraverso la descrizione accurata delle proprie funzioni, della struttura, i rimandi esterni ed interni al Ministero degli Esteri per completare l'informazione, il materiale proposto, il registro linguistico adottato (specifico dell'ambito della cooperazione, di cui si conoscono termini e funzioni), si definisce come autorità in materia, e non esita a definire la propria concezione di cooperazione, identificando la propria missione e gli strumenti a disposizione per portarla a termine. Inoltre, iscrive nel proprio modello enunciativo un destinatario sufficientemente generico, anche se come abbiamo visto non del tutto, però distacca l'intenzione di apertura al cittadino comune, attraverso i servizi telematici a disposizione, i contatti e al libertà offerta nella navigazione, seppur con qualche problema per un utente non troppo esperto. Si rivolge alla totalità della popolazione e allo stesso tempo è un'utile risorsa per chi lavora nell'ambito della cooperazione o è già familiarizzato con essa.

Uno degli obiettivi dell'evoluzione della agenzia, come leggiamo nella Proposta di Contratto di Gestione dell'Aecid, è di aumentare la trasparenza nella gestione e favorire la resa dei conti con il cittadino, in linea con la Dichiarazione di Parigi che abbiamo menzionato all'inizio del capitolo, attraverso una politica di comunicazione adeguata. In questo senso, il nuovo sito rappresenta un passo avanti nella piena realizzazione di questo risultato, che prevede allo stesso tempo un ruolo di sensibilizzazione ed educazione sui problemi rappresentati dalla povertà e dallo sviluppo, e il compromesso etico delle istituzioni dell'Amministrazione Generale dello Stato nella ricerca attiva di soluzioni.

Su quest'ultimo punto, crediamo che l'Aecid, anche alla luce degli altri materiali utilizzati per la diffusione delle proprie attività e in generale sugli argomenti

relativi allo sviluppo, dovrebbe fare un passo avanti nelle pratiche discorsive che sceglierà di adottare. Come abbiamo visto, infatti, sul piano della rappresentazione dell'altro e della cooperazione, si cede sugli stereotipi in voga sull'altro, appiattendolo le differenze e invocando una distanza rassicurante dai destinatari, siano essi persone o paesi. Inoltre, si fornisce una visione a nostro avviso falsata sulla cooperazione, mostrando solo la parte della medaglia che concerne gli aiuti, mentre non compare nessun riferimento alla complessità delle situazioni di sottosviluppo, alle cause e alle ideologie politiche che da esse derivano, e nemmeno le situazioni disagiate delle vittime, privilegiando le immagini positive e prive di drammaticità. Non vogliamo affermare con questo che è necessario inondare di informazioni e immagini tragiche, sarebbe uno stratagemma altrettanto facile di suscitare una reazione di pietà o peggio di ribrezzo (supponendo che ci sia ancora qualcosa che non sia stato già visto), ma è curioso come questa discorsivizzazione della cooperazione, attraverso la messa in scena della vittima, viene lasciata ad altri organismi, come le Ong, che fra l'altro fanno abbondantemente uso di un immaginario drammatico e vittimistico.

Quello che vogliamo sottolineare è che, nel caso dell'Aecid, la rappresentazione e la costruzione della cooperazione allo sviluppo come attività istituzionale viene portata a termine felicemente, a partire dall'obbligo amministrativo di trasparenza rispetto alle proprie attività. Quello che manca, a nostro parere, è una presa di posizione politica, un'ideologia che metta in discussione lo stato attuale di cose, e che riqualifichi la politica di cooperazione da un punto di vista di scelta politica e non di obbligazione morale. Fare cooperazione non è fare del bene comunque, ci sono molti modi di farla e spesso sotto l'etichetta di cooperazione vengono portati avanti interessi che con essa non hanno nulla a che fare, come profitti economici e influenze politiche.

Riprendiamo qui quanto abbiamo scritto a conclusione del capitolo 4: lo slittamento del pubblico verso il privato comporta sul piano discorsivo l'elusione della politica in favore dell'etica da parte dell'istituzione pubblica, che propugna valori che hanno a che fare la sfera privata, umana degli individui che in essa si rispecchiano, evitando invece una presa di posizione come soggetto politico.

L'Aecid, come abbiamo visto, se da un lato, quello istituzionale, compie le aspettative del destinatario/cittadino, dal lato dell'ideologia iscritta nel sito web, veicolata soprattutto dall'aspetto visivo (ritorneremo sulle conclusioni sul fatto che la moralizzazione della cooperazione passi attraverso la forma visuale), come abbiamo visto, delude il destinatario/elettore, poiché ripiega sulla proposta di valori (riconducibili alla sfera dell'umanitario che secondo noi può essere una parte ma non esaurire il discorso della cooperazione istituzionale) che si allontanano dalla politica per abbracciare l'etica. Un'etica, come ricordato attraverso i riferimenti a Rancière e a Mouffe nel capitolo 4, che divide il mondo in bene e male, e in cui il bene tende a coincidere con un solo modello, quello dei paesi sviluppati.

Da un'istituzione di poco corso ma di grandi risultati come l'Agenzia spagnola, che in 20 anni è riuscita ad articolare un discorso innovativo, ampio e diversificato che la collocano all'altezza di altre agenzie europee (come per esempio quella svedese), ci si auspicherebbe un coraggio maggiore nell'identificare come politici i propri obiettivi di cooperazione e una minore carica ideologica all'ora di rappresentare i soggetti e i paesi destinatari, anche perché siamo di fronte ad uno dei rari casi in cui le azioni realizzate sul campo sono più audaci e all'avanguardia dei discorsi e della comunicazione costruita su di esse.

Capitolo 6. Conclusioni

Dopo aver presentato le analisi dei siti web che abbiamo scelto come esempi, ci troviamo alla fine della nostra ricerca, nella quale, così come ci eravamo prefissati nell'introduzione, siamo arrivati a formulare delle ipotesi sulle strategie comunicative messe in circolo dalle istituzioni pubbliche sulla cooperazione, e allo stesso tempo su come, attraverso quali percorsi del senso, esse contribuiscono a creare un immaginario collettivo su di essa.

A questo punto, alla luce dei risultati delle analisi, è opportuna una valutazione sulla carica ideologica sottesa a queste strategie, sulla base dei valori iscritti nei discorsi analizzati, con l'obiettivo di fornire delle tendenze comuni nell'ambito della comunicazione dello sviluppo. È quello che ci proponiamo di fare in queste conclusioni, insieme ad una valutazione critica del nostro lavoro, sottolineandone gli elementi che a nostro parere lo caratterizzano. Tuttavia, come riteniamo debba fare una tesi di ricerca, le conclusioni serviranno anche per aprire delle prospettive di ricerca future e identificare quelle che ci sembrano essere le problematiche aperte dal nostro lavoro.

In primo luogo, ci soffermiamo sulla scelta del materiale analizzato. Abbiamo specificato al massimo il corpus di studi tanto come supporto formale (i siti web) quanto come soggetti (le istituzioni pubbliche in Italia e in Spagna), circoscrivendo l'analisi ad un numero limitato di testi. Se abbiamo ribadito più volte i motivi della nostra scelta nel corso della stesura, riconducibili a questioni di contenuto riferiti all'impatto sulla realtà, ora ne risaltiamo la prospettiva teorica, cioè l'intenzione di aprire un campo di studi nuovo, con una metodologia interdisciplinare, facendo contemporaneamente il punto della situazione sulla disciplina della cooperazione per lo sviluppo da cui siamo partiti. A questo scopo, i discorsi su cui ci siamo soffermati per le loro peculiari caratteristiche hanno svolto perfettamente un ruolo di campione che fornisse degli spunti su cui costruire un nuovo quadro metodologico, che, ribadiamo, esula dal nostro attuale lavoro.

Per strano che possa sembrare, a tutt'oggi, nonostante la diffusione e l'incremento delle pratiche relative alla cooperazione internazionale, specialmente per l'aumento e la diversificazione dei soggetti coinvolti e delle attività, dagli aiuti in casi di emergenza al rafforzamento delle istituzioni dei

paesi in via di sviluppo, non esistono lavori esaustivi che fanno il punto della situazione sull'aspetto comunicativo della disciplina. Nel corso della ricerca bibliografica che ha preceduto questa tesi, abbiamo notato che esiste una quantità di materiale, specialmente formato da *case-histories* di analisi specifiche, di cui mancano però testi di riferimento teorici, come un manuale o una storia della comunicazione dello sviluppo. Esistono studi e ricerche sulla comunicazione per il cambio sociale, nella quale si tende ad inserire la cooperazione, nei quali però si pone l'accento su quella che abbiamo definito un'accezione strumentale della comunicazione. Come abbiamo rilevato nel primo capitolo, gli studi più avanzati in questo ambito provengono da ricerche commissionate dalle Agenzie dell'Onu, redatte da esperti sul cambio sociale, di formazione e provenienza anglosassone e scritti per lo più in lingua inglese. In italiano non esiste nulla, a parte, come ricordato, lavori specifici che affrontano alcuni temi (ad esempio, la pubblicità e il marketing, soprattutto sotto forma di istruzioni per l'uso per le Ong) o il punto di vista di singole discipline (per l'attenzione rivolta alla cooperazione internazionale come discorso, la corrente di antropologia per lo sviluppo risulta la più affine al nostro approccio). Per quanto riguarda l'area iberoamericana, in spagnolo esiste una produzione interessante soprattutto in America Latina, nei destinatari delle attività di cooperazione, ma che non va oltre la prospettiva funzionalista, legata all'applicazione degli strumenti di comunicazione di massa per gli interventi di sviluppo.

Con il nostro lavoro ci siamo quindi prefissati l'obiettivo ambizioso di aprire la strada ad un campo di studi specifico all'interno della cooperazione, tanto da un punto di vista della riflessione teorica (come vedremo nella nostra proposta metodologica e teorica) quanto dell'applicazione pratica. Pensando presuntuosamente di essere utili anche a chi si dedica all'ideazione e alla costruzione di questi testi, in particolare ai professionisti della comunicazione pubblica e privata che si trovano a fare i conti con contenuti relativi alla cooperazione internazionale.

Abbiamo scritto e composto questa ricerca pensando non solo agli studiosi di analisi del testo, ma ad una tipologia di destinatari di diverso tipo, che va dagli specialisti della comunicazione (in particolare ipertestuale e attraverso Internet) a quelli della cooperazione (Ong, associazioni civili, volontari) nonché ad

impiegati della pubblica amministrazione, senza dimenticare il cittadino comune. Tutti soggetti che normalmente, specialmente nella pratica lavorativa, si ritrovano a fare i conti con la produzione o la ricezione, o entrambe, di discorsi sulla cooperazione internazionale allo sviluppo, senza che nessun destinatario riunisca le competenze di comunicazione e cooperazione in ambito pubblico. Con gli esempi concreti di siti web, abbiamo invitato alla riflessione sull'importanza di questioni e sfumature che spesso passano inavvertite, ma che invece sono di notevole importanza perché incidono, a prescindere dall'intenzionalità della produzione, sulla gamma di significati trasmessi.

Allo stesso tempo, con Internet, anche qualsiasi destinatario può ricevere tutte le informazioni su quanto gli sottopone l'istituzione pubblica di cui è utente, cliente ed elettore, e quindi può esercitare un potere di controllo e allo stesso tempo di reazione, attraverso un'eventuale "lettura aberrante". Può arrivare anche a mettere in atto la propria disapprovazione discorsiva, attraverso la riappropriazione del discorso pubblico che l'ipertesto in Internet, grazie alle sue caratteristiche rizomatiche, concede attraverso la possibilità di una risposta interattiva. Fra le molteplici possibilità di affrontare i discorsi sulla cooperazione internazionale, abbiamo quindi optato per questa tipologia particolare di testo, cioè l'ipertesto del sito web, per le potenzialità che offre tanto all'autore come al destinatario di questa comunicazione mediata.

Internet rappresenta oggi l'arena pubblica per antonomasia. Non siamo del tutto d'accordo con gli entusiasti difensori della web come mezzo e spazio democratico per eccellenza, perché, come tecnologia dipendente da un sistema imperniato sullo squilibrio socio-economico globale e figlia di un modello culturale occidentale, tende a riprodurre le strutture di potere dominanti, e le pratiche routinarie, gli habitus, conseguenza delle distinzioni di classe care a Bourdieu. Non è quindi un territorio che appiana gli squilibri di potere e le diverse opzioni d'uso che, secondo noi, ne fanno un terreno fertile per la diffusione di discorsi egemonici. Dobbiamo comunque riconoscere che Internet ha esteso notevolmente le possibilità di interazione, di espressione e, pur nei limiti che abbiamo sottolineato nel capitolo 3 a proposito della "falsa interattività", di lotta.

Come mezzo di comunicazione di massa, inoltre, rappresenta una risorsa e uno strumento abbordabile da soggetti che non possono permettersi

l'investimento di ingenti quantità monetarie in campagne pubblicitarie, di sensibilizzazione e di circolazione della propria immagine, per cui Internet si converte in uno spazio sovrappopolato dove tendono a proliferare una molteplicità di soggetti che si confrontano sui temi più diversi.

Nel caso della cooperazione internazionale, questo è specialmente eclatante: le organizzazioni non governative, normalmente economicamente svantaggiate, fanno abbondante uso della pagina web e degli strumenti che ne derivano (come le campagne di raccolta fondi o di mobilitazione per cause umanitarie), per cui concorrono in una competizione mutua per accaparrarsi l'attenzione del pubblico. Allo stesso tempo, con l'ingente quantità di immagini, testi, simbologie e significati che mettono in circolo, colonizzano in un certo senso lo spazio simbolico della cooperazione. Convertono lo svantaggio di poter disporre solo di questo mezzo in un potere di dominio del discorso (oltreché a farsi conoscere e a comunicare con i paesi con cui cooperano), perlomeno in potenza.

Per difetto, le motivazioni delle istituzioni pubbliche sono distinte, essendo invece obbligate a dover ricorrere alla web, in virtù delle leggi di accessibilità e trasparenza rispetto ai propri cittadini, e, pur disponendo facilmente di altri mezzi di comunicazione tradizionali, hanno dovuto mettersi al passo coi tempi e dotarsi di un sito web ufficiale. Dalle analisi effettuate sui casi italiani, abbiamo visto come la cooperazione internazionale non raggiunga a volte nemmeno lo standard minimo di rilevanza tale da meritare la costruzione di un sito a parte, e in altri casi nemmeno di una propria sezione. Abbiamo rilevato come anche queste scelte (pagine dedicate, settori di afferenza, siti interni o esterni) di segmentazione dei temi da trattare o no sul sito, e la posizione data agli stessi, siano significative in quanto rispecchiano le linee strategiche seguite in materia di cooperazione e della sua definizione.

Ci siamo concentrati sugli enti pubblici non solo per le motivazioni differenti e a volte contrastanti che muovono la pubblicazione di un sito web, ma soprattutto perché crediamo fermamente nel ruolo e nella funzione pubblica per la costruzione di discorsi sulla cooperazione internazionale, e sulla responsabilità sui valori e le ideologie che entrano a far parte dell'immaginario collettivo sulla stessa. Dato il peso politico ed economico che le istituzioni pubbliche esercitano sugli interventi di cooperazione, sulla scelta di quali situazioni siano

più urgenti e drammatiche di altre, sulle linee strategiche di azione, su quali soggetti privati (le Ong) delegare l'esecuzione, ne consegue una responsabilità a nostro parere ineludibile e tutt'altro che irrilevante. Inoltre, come istituzione pubblica democratica, è esponente di un'ideologia politica del partito o dei partiti che la governano, che si riflette sulle proprie azioni di cooperazione, e sulla comunicazione delle stesse.

Allo stesso tempo, però, come abbiamo analizzato, l'ente pubblico tende ad eludere questa responsabilità, lasciando lo spazio della comunicazione agli agenti privati che prendono così a carico il peso della simbologia legata alla costruzione dell'identità semiotica della cooperazione. E, cosa ancora più grave a nostro parere, permette che la soluzione di questioni drammatiche come il diritto alla vita e la dignità umana, di sottosviluppo e povertà estreme, vengano discorsivizzate come scelte derivanti da una carità privata, di solidarietà di uomini verso altri uomini, secondo un'etica di matrice cristiana e non come una responsabilità politica verso le vittime di un sistema che sbandiera ideali di giustizia sociale, democrazia universale e libertà duratura (*enduring freedom...*).

Uno dei contributi che riteniamo possa apportare la nostra ricerca risiede proprio nel segnalare questa tendenza di moralizzazione della cooperazione nei discorsi delle istituzioni che abbiamo preso in esame, processo che passa attraverso strategie enunciative che abbiamo ricavato dall'analisi dei siti web. Consapevoli che la nostra ipotesi sia tutta da verificare sul campo e non possa essere presa come dato incontrovertibile a causa della limitazioni del nostro corpus di analisi, cercheremo comunque di spiegare le ragioni che ci spingono a proiettarla come una possibile linea di sviluppo che potrebbe ampliare, completare e superare il nostro lavoro.

Dopo questa sintesi delle nostre aspirazioni e motivazioni, ci apprestiamo ora a delineare da un lato il nostro contributo alla ricerca, tanto dal punto di vista metodologico-teorico come pratico, e dall'altro, cosa che ci sembra più interessante, a partire dal punto in cui siamo arrivati e delle ipotesi che ci siamo azzardati a proporre, proponendo delle idee per proseguire sulla via interdisciplinare che abbiamo aperto, nella speranza che altri la percorrano approfondendola con maggior fortuna e successo.

6.1. L'analisi del discorso applicata alla cooperazione per lo sviluppo: un approccio interdisciplinare

All'inizio di questo lavoro di ricerca, abbiamo segnalato le problematiche relative alla comunicazione *della* cooperazione internazionale allo sviluppo, rimarcando con la preposizione "di" il nostro cambio di prospettiva rispetto alla disciplina di riferimento, la comunicazione *per* lo sviluppo. In particolare, ci siamo proposti l'esplorazione di una linea di ricerca poco battuta, l'approccio riflessivo sulla comunicazione, alla quale in ambito cooperativo abitualmente si preferisce una funzione strumentale, tanto nella teoria e come nella pratica.

Ci siamo ritrovati quindi a introdurre teorie e metodologie normalmente estranee a quest'area, popolata soprattutto da contributi sociologici, antropologici e politici, ma quasi mai (soprattutto in Italia e in Spagna) percorsa da studi e ricerche che fanno ricorso alla pratica semiotica e al discorso come costruzione della realtà. Ci siamo imbattuti in un compito arduo, perché se aprire un nuovo campo di applicazione permette una certa libertà di manovra e l'illusione di essere in qualche modo "pionieri"¹⁹⁰, allo stesso tempo la mancanza di punti di riferimento in lavori precedenti provoca nel ricercatore la sensazione continua di inadeguatezza in quanto alle aspettative che si aprono, e di smarrimento di fronte all'incapacità di sviluppare in maniera approfondita il punto di vista innovativo che ci si ripropone. Come se si stessero aprendo delle porte che non si è sicuri di poter chiudere.

Un'altra difficoltà incontrata nel cammino che ha costituito la scrittura di questa tesi è dovuta all'interdisciplinarietà, che abbiamo cercato di applicare. Attualmente questo termine costituisce quasi una bandiera ideologica in ambito accademico, in linea con il superamento delle barriere così caratteristico della contemporaneità in cui viviamo, e un aggettivo presente in molti percorsi formativi¹⁹¹, rimanendo a volte solo un aggettivo, appunto. Spesso si tratta di un'etichetta vuota, sconfessata all'atto pratico dalla nullità di un'effettiva applicazione o si arriva a considerare per interdisciplinare qualsiasi approccio

¹⁹⁰ Anche se, come dice G. Bataille "Quello che ho pensato non l'ho pensato solo". Rubiamo questa citazione a Gonzalo Abril, che è solito usarla come firma dei propri messaggi di posta elettronica.

¹⁹¹ Il dottorato di ricerca di cui questo lavoro costituisce un punto finale ne è un esempio.

derivante dalla giustapposizione e convivenza forzata di discipline differenti senza nessuno sforzo di amalgamarle o di aprirle ad un dialogo reciproco.

Personalmente crediamo che ricorrere a molteplici discipline, per qualsiasi campo, costituisca un valore aggiunto e una necessità in ricerche come quella che abbiamo effettuato, che hanno per oggetto pratiche culturali che convivono in un contesto complesso che può essere compreso solo a partire da distinte variabili e punti di vista. Allo stesso tempo, perseguire un obiettivo di reale interdisciplinarietà, sempre a nostro parere, comporta un tentativo di ricreare, a partire da una varietà di focalizzazioni teoriche e metodologiche, un nuovo quadro per l'oggetto di studio, risultante dalla fusione delle varie metodologie, non dalla somma delle stesse. Solo in questo modo si contribuisce all'avanzamento nell'ambito di studi e si è in grado di fornire nuovi spunti ed elementi, che secondo il nostro umile punto di vista dovrebbe essere la finalità di qualsiasi lavoro di ricerca, a beneficio della comunità accademica e della società nel suo complesso.

Ed è quello che abbiamo cercato di fare, a partire da ambiti distinti come la semiotica, gli studi politici, le teorie sulle nuove comunicazioni di massa, l'antropologia dello sviluppo e la comunicazione pubblica. Recuperando elementi distinti dai vari approcci, li abbiamo ripiegati e riconvertiti nel nostro personale quadro teorico e metodologico, che ci è servito nell'analisi e nello stesso tempo per dare valore teorico alle nostre ipotesi.

6.2. Descrivere, interpretare e produrre: per una semiotica della cooperazione allo sviluppo...

Abbiamo ritenuto utile questa premessa al momento di scrivere le conclusioni del nostro lavoro in quanto, con il quadro teorico e metodologico che abbiamo proposto nel capitolo 3, abbiamo ambiziosamente tentato di mettere in pratica l'interdisciplinarietà di cui, secondo noi, specialmente l'area di studi relativa alla cooperazione internazionale allo sviluppo avrebbe bisogno. Abbiamo cercato quindi di apportare il nostro modesto contributo agli studi sulla comunicazione, attraverso un cambio di paradigma che introduce la prospettiva discorsiva come pratica che, mentre "dice" "fa", così come chi riceve contribuisce all'intervento sulla realtà attraverso la propria interpretazione e reazione agli stimoli che gli vengono proposti. Nell'epoca in cui viviamo, dominata dalla

cosiddetta fine delle grandi narrazioni, come preconizzato da Lyotard che ideò la categoria del “postmoderno” nel tentativo di ridurre l'epoca attuale ad un unico paradigma, si è già ripetuto come una cantilena che i mezzi di comunicazione di massa contemporanei hanno moltiplicato le possibilità e le modalità di interazione, diventando effettivamente “di massa”. Tutti e ognuno di noi siamo in grado di svolgere il ruolo di emittenti e riceventi, di autori e lettori, distruggendo e ricostruendo la realtà in innumerevoli micronarrazioni.

Il termine postmodernismo, specialmente se applicato all'ambito globale della cultura, non ci ha mai convinto pienamente perché è stato usato fino all'esaurimento per definire tutto e il contrario di tutto, ma gli riconosciamo comunque, a parte un'enorme fortuna che perdura tutt'ora, la capacità di dare rilevanza a fenomeni che costituiscono nuovi spazi di lotta, specialmente nell'ambito delle pratiche discorsive.

Il punto di partenza del nostro lavoro è costituito proprio dall'importanza conferita al discorso, come concetto che ingloba azioni, lotte, patti, subordinazioni, ideologie ed egemonie. Crediamo fermamente, con Foucault, che i discorsi non solo traducono i conflitti o i sistemi dominanti, ma sono anche i mezzi attraverso i quali i soggetti si mettono in gioco e lottano per la supremazia simbolica e la proiezione della stessa sulla realtà. In questo senso, il discorso è forzatamente un oggetto interdisciplinare, su cui confluiscono le teorie provenienti dalla filosofia del linguaggio, dalla critica letterale, dalla comunicazione, dalla sociolinguistica, dall'antropologia e dalla microsociologia. Per l'interdisciplinarietà insita in questa definizione del discorso abbiamo pensato che fosse un punto di vista interessante da cui studiare la cooperazione per lo sviluppo, che di per sé, come sottolineato da autori come Stuart Hall, Escobar, Malighetti e indirettamente da Foucault con il concetto di biopolitica¹⁹², costituisce una pratica che costruisce una realtà controversa come la sfera dell'aiuto allo sviluppo. La cooperazione internazionale quindi è

¹⁹² In questa direzione Vanessa Saiz Echezarreta in *Una construcción solidaria de la subalternidad: mujeres en la publicidad de las Ong*, lavoro non pubblicato, 2008, afferma che “Lo sviluppo, come disciplina contemporanea, è una delle manifestazioni del modello biopolitico proposto da Foucault. Le politiche e le pratiche che lo definiscono non possono essere comprese al margine delle rappresentazioni che gli danno corpo. Questo modello disciplinare ha preso corpo attraverso molteplici pratiche socio-discorsive e fra di esse risalta lo stabilirsi di un immaginario condiviso di carattere cronotopico”.

un discorso, anzi è costituita da molteplici discorsi, per cui ci è sembrato naturale studiarla attraverso un'ottica metodologica di analisi dello stesso.

Fra le pratiche metodologiche possibili, abbiamo optato per la semiotica, da un lato perché rare volte (per non dire nessuna, almeno in Spagna e in Italia) è stata impiegata nell'ambito della cooperazione, quindi si trattava di un'opportunità unica per guardare con occhi nuovi questo campo di studi e di allargare il circolo disciplinare con una visione differente, che come abbiamo ribadito dovrebbe essere il fine di ogni lavoro di ricerca. Inoltre, perché in quanto esame della significazione come processo che si realizza attraverso i testi in cui emergono e interagiscono i soggetti¹⁹³, l'approccio semiotico contribuisce ad approfondire i significati che vengono costruiti e messi in circolazione dalla cooperazione, che da strumento di aiuto si trasforma in azione e veicolo di valori e ideologie.

Convinti dell'importanza di quest'aspetto, a volte sottovalutato nel campo di studi e soprattutto nelle stesse attività di comunicazione della cooperazione, l'analisi semiotica permette di interpretare la realtà, nel nostro caso composta dai testi che si intrecciano nella sfera costituita dalla cooperazione per lo sviluppo, tenendo però conto di elementi extratestuali, in quello che abbiamo denominato, prendendolo in prestito da Gonzalo Abril, "exoimmanentismo", provenienti dal contesto formato dalla semiosfera in cui nascono e circolano i testi, a cui apportano un contributo rilevante altre discipline, come la comunicazione, l'antropologia, la sociologia e gli studi politici sullo sviluppo.

Il compito del semiologo però non si ferma qui. Come sottolineato da Zinna¹⁹⁴, la descrizione semiotica si differenzia dall'attitudine ermeneutica attraverso la riproducibilità della procedura nei casi di ricorrenza di un fenomeno. Grazie alle competenze acquisite per riconoscere e organizzare le regolarità di un fenomeno, i semiologi (o specialisti della significazione, come li chiama ancora Zinna), sono in grado di intervenire sia nella strutturazione che nella produzione concreta degli oggetti di senso, quindi utili tanto in una fase di analisi e di valutazione a posteriori, come di progettazione e produzione a priori.

¹⁹³ Riprendiamo questa definizione da Lozano, Peña-Marín, Abril, 1982, opera citata, pag. 248.

¹⁹⁴ Zinna, A., 2007, opera citata, pag. 24.

6.3. ...e per una semiotica dei nuovi media

Per svolgere appieno la propria funzione per il campo di applicazione che abbiamo proposto, però, il semiologo è chiamato ad applicare le proprie metodologie di analisi a un tipo particolare di testi, come sono gli ipertesti che costituiscono i siti web, e su un supporto specifico, come è Internet. Lo studio della Rete e del suo funzionamento è stato, fino a perlomeno il 2000, ad appannaggio di discipline come l'informatica, gli studi sull'intelligenza artificiale, l'ergonomia e il disegno grafico, senza contare gli studi sociologici per gli usi e consumi, cercando di comprendere e spiegare la reale portata del cambiamento comunicativo offerto da questo potente mezzo e le sue conseguenze sociali.

A tutt'oggi, data la velocità con cui appaiono nuovi modelli di interazione offerti dalle reti globali¹⁹⁵, e nonostante il proliferare di dissertazioni più o meno apprezzabili sulle potenzialità della rete, risulta difficile immaginare un unico inquadramento teorico che comprenda i variegati elementi e aspetti di questa che abbiamo definito come arena pubblica virtuale, per cui la strada da seguire, ancora una volta, è presentata dall'interdisciplinarietà. Ci stupisce però che la semiotica, normalmente e storicamente applicata ai più svariati oggetti di studio (semiotica visiva, semiotica degli oggetti, semiotica dell'arte e una serie di larghi eccetera), non abbia ancora affrontato seriamente Internet e i nuovi mezzi di comunicazione di massa.

I pochi studi esistenti, che abbiamo citato ed utilizzato in questa ricerca, compiono uno sforzo in questa direzione, ma rimangono circoscritti, a nostro parere, in una definizione di testo che risulta obsoleta rispetto ai formati che circolano in Internet. Inoltre, le pratiche semiotiche che costituiscono la metodologia tradizionale, sia essa di corrente strutturalista o interpretativa, non risultano adeguate al nuovo formato assunto dai discorsi che popolano la Rete. Come critica costruttiva, notiamo che categorie e concetti validi per i mezzi di comunicazione di massa tradizionali, specialmente quelli usati nell'analisi testuale, falliscono al momento di essere applicati agli ipertesti. Parliamo per esperienza vissuta, perché parte dei problemi epistemologici che abbiamo riscontrato al momento di analizzare i siti web sono derivati dalla mancanza di

¹⁹⁵ Personalmente siamo ancora sconvolti dal successo e dall'uso di Facebook e delle altre reti sociali, e desiderosi si legga al più presto degli studi semiotici che analizzino questo fenomeno.

strumenti, concetti, definizioni che sfuggissero alle logiche analitiche tradizionali.

A volte, siamo dovuti ricorrere a riflessioni derivanti dal contesto, un'azione riprovevole per un purista della semiotica e che forse ha reso il nostro lavoro di analisi non all'altezza della disciplina, ma lo abbiamo ritenuto necessario perché la complessità delle questioni che ci venivano proposte dal nostro stesso oggetto non potevano essere risolte al suo interno. Abbiamo giustificato queste incursioni grazie alla proposta di exoimmanentismo di Abril, che con il suo lavoro giunge felicemente a elaborare una metodologia semiotica di analisi per i testi visivi che propone un'approssimazione dialettica delle classiche prospettive testuali di matrice strutturalista con un punto di vista sociologico delle pratiche discorsive, e crediamo che un simile sforzo interdisciplinare dovrebbe essere fatto per gli ipertesti e i siti web.

Allo stesso modo, non crediamo che l'apertura al contesto sia condizione sufficiente per una semiotica dei nuovi media, che è quella che proponiamo. Necessaria, in quanto è la stessa interfaccia testuale dei siti web a imporre un travalicamento dei confini della stessa, come punto di contatto e di interazione fra la macchina, il testo e l'utente, ma non sufficiente.

Consideriamo comunque valido il modello semiotico-enunciazionale, che secondo noi è sempre illuminante e suggestivo per le categorie di simulacri iscritti nel testo e per la decisiva cooperazione di mittente e destinatario nella negoziazione dei propri ruoli e del significato che insieme costruiscono e scambiano, ma deve essere aggiustato proprio, secondo noi, sulle definizioni dei simulacri che in un formato enunciativo ipertestuale sono qualcosa di più che proiezioni testuali, ma possono assumere molteplici aspetti e percorsi contemporaneamente, allo stesso tempo e nello stesso spazio, in una contemporaneità mai sperimentata prima, che crea livelli paralleli (pensiamo per esempio alla possibilità di interagire con diverse finestre aperte sullo stesso sito).

Allo stesso tempo, la continua mutabilità della struttura proposta dall'ipertesto, in virtù di una forte interattività che conferisce al destinatario/navigatore livelli di competenza e di performance elevati e delle caratteristiche stesse del formato, richiama all'azione manipolatrice che concerne l'uso dello stesso, che

costituisce a nostro parere uno delle sfide più ardue per la semiotica dei nuovi media.

La continua mutevolezza dell'interfaccia del testo (che prende sempre di più le caratteristiche dell'oggetto, ed ecco qui un'altra gatta da pelare per il semiologo, la distinzione sempre più sottile fra testo e oggetto d'uso) rende la stessa trama visuale, che abbiamo visto essere fondamentale al momento di analizzare il discorso in Internet, soggetta ad una continua trasformazione degli spazi, delle forme, delle rappresentazioni visive, senza contare la multimedialità derivante dalla coesistenza di codici distinti. Cosenza¹⁹⁶ suggerisce di analizzare un sito web come spazio visivo alla fine dell'analisi, per ridurre al minimo le valutazioni soggettive e i pregiudizi che inevitabilmente ogni analista porta con sé, e quindi di usare gli strumenti provenienti dalla semiotica visiva, plastica e figurativa, prescindendo dall'analisi narratologica da svolgere precedentemente, procedendo ex novo. Ecco, ci sembra che questa procedura sia completamente fuorviante al momento di affrontare l'analisi di un sito web, perché prima di tutto la trama visiva è inscindibile nei piani studiati separatamente dalla semiotica strutturalista, che invece concorrono, insieme e nel dialogo interno al proprio sistema di relazioni visive, alla creazione di senso. In secondo luogo, perché il piano visivo nella sua interezza costituisce un momento fondamentale nella struttura narrativa che ci si propone di analizzare, in virtù dell'interfaccia che permette l'interazione che la compone che è, appunto, grafica.

Questa simultaneità di piani, azioni e percezioni, che ci ricordano i *Milles Plateaux* di Deleuze e Guattari, dei nuovi testi dovrà essere riprodotto in fase di analisi, che non potrà essere intrapresa per parti ma in una forma altrettanto simultanea, nella misura in cui questo sia umanamente possibile.

Infine, l'usabilità, disciplina teorica legata all'informatica e cresciuta di pari passi con la stessa comunicazione in Internet, trasformatasi in un paradigma di fondo dei testi presenti nello spazio virtuale, diventa anch'essa una categoria da inserire nell'analisi semiotica. Da adattare, però, ad una pratica metodologica che la trasforma da parametro che specifica la misura di capacità d'uso del

¹⁹⁶ Cosenza, G., 2004, opera citata, pag. 138.

testo da parte dell'utente in modalità semiotica che specifica le funzioni testuali di autore e lettore.

Con queste brevi annotazioni non abbiamo certo insegnato la strada all'applicazione semiotica ai mass media contemporanei, ma abbiamo voluto segnalare alcune questioni che dovrebbero essere affrontate dalla disciplina che, crediamo, potrebbe apportare un importante contributo nell'epistemologia della comunicazione attraverso la rete.

6.4. Il discorso degli enti pubblici dalla politica pubblica all'etica privata

A questo punto, dopo aver identificato alcune vie teoriche aperte dal nostro lavoro, che in un certo modo ne hanno limitato la portata in quanto a risultati delle analisi, ci sembra logico riprendere, alla luce di quanto detto, le conclusioni pratiche della ricerca.

Siamo partiti dai siti web delle istituzioni pubbliche italiane e spagnole per studiare i discorsi costruiti sulla cooperazione internazionale allo sviluppo, e siamo arrivati ad ipotizzare dei modelli comunicativi comuni, che pur rimanendo degli ideali, ci sono serviti per formulare delle strategie enunciazionali i cui elementi abbiamo visto ripetersi nei siti analizzati. Naturalmente, le analisi successive avrebbero potuto smentire queste categorie, e in un certo senso noi stessi abbiamo ammesso la fallacia delle stesse quando abbiamo semplificato il quadrato semiotico in un triangolo, facendo coincidere i modelli non istituzionale e non umanitario nel cosiddetto modello misto, che abbiamo visto essere fra l'altro il più popolare, quasi a confermare di nuovo l'inutilità di schematizzare discorsi contrapposti.

Crediamo invece che il nostro sforzo per trovare delle ricorrenze di significato, delle isotopie, e di definirle secondo i concetti di istituzionale e umanitario, abbia il valore di iniziare ad articolare ed interpretare l'universo simbolico della cooperazione allo sviluppo, che definisce la ragione ultima della nostra tesi. A questo proposito, ricordiamo lo schema individuato:



Secondo questa articolazione logica, il discorso istituzionale si oppone a quello umanitario, nel senso di una strategia comunicativa basata fondamentalmente sul valore dell'istituzione come detentore dell'autorità in materia di cooperazione allo sviluppo, così come in qualsiasi altra materia concernente il bene pubblico. In questo modo, l'ente evita di prendere in carico qualsiasi discorsivizzazione dell'oggetto di intervento, che domina e controlla, ma non dota di significato, in quanto l'oggetto del proprio discorso è sé stesso, e la cooperazione assume una delle molteplici declinazioni dello stesso.

La cooperazione rimane confinata come "interesse pubblico", ma non se ne fornisce un'interpretazione o una definizione. Allo stesso modo, i soggetti destinatari della cooperazione, come paesi e come persone, vengono esclusi da questa rappresentazione, poiché elementi accessori di un discorso presentato al destinatario in quanto cittadino che ha deposto nelle mani dell'istituzione la gestione della cosa pubblica, in un atto di fiducia che implica uno scambio fra di sé e l'autorità statale, in cui non c'è posto per altri soggetti. Abbiamo descritto come questa strategia venga messa in atto tanto su un piano visivo quanto su quello narrativo dei siti web, e di come sia proprio la trama visiva il campo in cui si gioca la partita del discorso che abbiamo denominato dell'umanitario.

Questa strategia si basa sull'introduzione della cooperazione per lo sviluppo nel discorso pubblico stravolgendone in un certo senso il reale significato e ciò che comporterebbe: la cooperazione passa ad essere semantizzata come aiuto umanitario, pace, diritti umani, solidarietà verso popoli svantaggiati, occultando

così ogni implicazione politica, passando a professare un “umanitarismo di stato” che, di fatto, costituisce un passaggio dalla politica all'etica.

Alla fine del capitolo 4 avevamo già proposto l'articolazione del quadrato semiotico originario con le categorie di pubblico e privato che passavano a trasformarsi in universi ideologici, iscritti nelle strutture narrative profonde dei discorsi dei siti web:

ISTITUZIONALE

UMANITARIO

PUBBLICO

PRIVATO

Gli enti pubblici si figurativizzano come soggetti di un'enunciazione in cui è l'istituzione in sé stessa ad essere protagonista della cooperazione, perché autorizzata dal cittadino a gestire l'interesse pubblico, ed esso anche quando si parla di aiuto internazionale, viene proiettato secondo i valori e gli interessi di *quello* stato. In questo modo si sublima la portata politica di qualsiasi azione, che viene esclusa dal discorso della cooperazione, lasciato all'umanitario, che si costituisce come soggetto privato, che agisce in virtù di interessi altrettanto privati.

La dimensione politica, in quanto universo ideologico antagonistico, diventa un'ideologia in sé, con rispetto all'intervento pubblico in cooperazione, che si delinea come l'unico possibile.

A questo punto dell'analisi abbiamo identificato i valori che si muovono all'interno dei discorsi delle istituzioni, e possiamo schematizzarli in un nuovo quadrato semiotico:

PUBBLICO

PRIVATO

POLITICO

ETICO

In questo modo abbiamo individuato le categorie epistemologiche che secondo noi servono ad orientare discorsivamente l'universo dei valori della cooperazione pubblica per lo sviluppo, interpretandola come pratica che rifugge

il discorso politico, che dovrebbe appartenere all'asse pubblico per adagiarsi in uno morale, riferito all'asse privato.

Le differenti strategie enunciative possono finalmente collocarsi a distanze variabili da questi due assi, che costituiscono i poli del discorso, e i singoli elementi che consideriamo pertinenti a identificare l'uno o l'altro asse possono altresì essere in una posizione assiologica contraddittoria. È quello che accade per esempio nel modello misto in cui abbiamo posizionato il sito web dell'Aecid, che potremmo denominare "umanitarismo di stato": qui la strategia umanitaria, che ricorre ai valori morali della sfera privata di relazioni, è veicolata dalle immagini visive presenti nel sito, come abbiamo visto nel capitolo 5.

In generale, i casi che abbiamo analizzato della cooperazione italiana assimilabili al modello umanitario, pur mantenendo le caratteristiche dell'istituzionalità, ripetevano quanto detto per la Agenzia Spagnola: l'umanitario viene veicolato a partire dalla trama visiva.

Questo fatto ci sembra interessante e significativo, sebbene sia suscettibile di essere verificato allargando il corpus di ricerca, però introduce elementi extratestuali, come per esempio che le regioni italiane afferenti ad un modello umanitario o misto sono governate da coalizioni di centrosinistra e quelle istituzionali dal centro-destra.

Ci viene alla mente un frammento di testo tratto da L. Ricolfi, *Perché siamo antipatici. La sinistra e il complesso dei migliori*:

Quello che è sorto, negli ultimi decenni, è una sorta di linguaggio imbelle. Un arretramento che è tanto più strano se lo si pone a confronto con la crudezza dell'immagine mediatica, con la crescente offerta di violenza, sangue, crudeltà, esperienze esterne. Una curiosa censura sembra essere scesa sulle parole, proprio mentre un velo è stato tolto alle immagini. Per tentare una risposta dobbiamo riflettere su una differenza. Le parole che abbiamo paura di dire non designano le medesime cose che non abbiamo alcun timore di vedere. L'immagine cruda (in tv o Internet) ci mostra un fatto avvenuto: bambini violentati, prigionieri umiliati, militari sgozzati. La parola cruda, non detta, indica invece l'autore, individui o istituzioni.

Noi non arretriamo di fronte al sangue di un attentato ma stiamo attenti a sceglierne le parole per designarne l'autore.

Ci troviamo quindi di fronte ad un immaginario che si divide in due spazi simbolici di azione, che si escludono a vicenda: quello istituzionale, in cui gli enti pubblici trattano la cooperazione come parte del proprio mandato pubblico, escludendosi quindi da qualsiasi presa di posizione e di responsabilità sulle stessa, perché viene delegata ai soggetti che agiscono su una sfera privata e in ragione di un mandato “umanitario”, cioè fondamentalmente le Ong. Come afferma Saiz Echezarreta

L'immaginario condiviso sulla cooperazione, proiettato socialmente in gran parte dalla pubblicità delle Ong, condensa la natura paradossale dello sviluppo. [...] En este universo cronotopico non c'è spazio per la contraddizione e nel caso in cui ne compaiano delle tracce, queste verrebbero neutralizzate attraverso una serie di strategie discorsive che hanno come obiettivo la saturazione della rappresentazione stabilendo una narrazione chiara e univoca.¹⁹⁷

Non a caso, abbiamo visto che le strategie “umanitarie”, specialmente visive, quando sono utilizzate dagli enti pubblici veicolano valori afferenti alla sfera privati e all'etica. Il confronto con i siti web delle Ong potrebbe aiutare nella verifica di questo aspetto, come proponiamo nei suggerimenti a continuazione per il proseguimento del campo di ricerca.

6.5. Un altro discorso è possibile?

Giunti anche alla fine di queste conclusioni, e di questo lavoro, è l'ora dei buoni propositi, per gettare il sasso (senza nascondere la mano!) sulle prospettive che apre e che potrebbero essere raccolte in una ricerca futura.

Da una parte, coscienti dei limiti del nostro lavoro rispetto all'obiettivo di costruire una mappa dell'immaginario discorsivo sulla cooperazione allo sviluppo, crediamo che questo non possa essere esente da un lavoro di

¹⁹⁷ Saiz Echezarreta, V., 2008, opera citata, pag. 3

campo, attraverso un'indagine sociologica ai professionisti della cooperazione, con questionari che mettano alla prova i risultati dell'analisi del discorso, per verificare soprattutto gli effetti di senso voluti o no dagli autori, e rendere manifesti aspetti che nella pratica di produzione dei siti rimangono in secondo piano.

Allo stesso tempo, la semiotica, una volta compiuto lo sforzo di costituirsi come branca specifica dello sviluppo, come auspichiamo, inaugurando un filone proprio di studi, dovrebbe intraprendere uno studio che allarghi il corpus di analisi, introducendo gli altri soggetti della cooperazione, come le Ong e gli enti pubblici internazionali, con speciale attenzione alle agenzie europee di cooperazione, visti gli sforzi e l'importanza che si è cercato di dare al sistema Europa come obiettivo di azioni di cooperazione coordinate e congiunte¹⁹⁸. A questo proposito, potrebbe essere utile iniziare dai siti web delle Agenzie della Gran Bretagna, Olanda e Svezia, sistemi all'avanguardia in Europa che costituiscono un punto di riferimento per gli altri paesi.

Infine, anche se mossi solo dall'intuizione, ma ricordiamo con Peirce che è ciò che muove la ricerca, sarebbe estremamente interessante continuare ad approfondire la questione della traduzione visuale della cooperazione, raccogliendo le immagini e le fotografie utilizzate in cooperazione dai vari soggetti e verificare la tematica della rappresentazione dell'altro attraverso i meccanismi della distanza, dei giochi di sguardi fra soggetti ritratti e lettori, e la strategia del frammento come alienazione del soggetto da un contesto spazio-temporale di riferimento.

Abbiamo identificato queste caratteristiche come sintomi preoccupanti di un discorso egemonico della cooperazione, e sarebbe un sollievo ritrovare degli elementi che restituiscono dignità alle vittime seppur solo ad un livello discorsivo dimostrando che un altro discorso è possibile.

¹⁹⁸ Si veda a proposito la Dichiarazione di Parigi del 2005.

Bibliografía

- AAVV
2004 *Communication for Development Roundtable Report. 9th United Nations Communication for Development Roundtable, FAO*
- AAVV
2006 *Lessons, Challenges and the Way Forward. World Congress on Communication for Development, FAO, THE COMMUNICATION INITIATIVE, WORLD BANK*
- AAVV
2008 *International Institute for Communication and Development Annual Report 2007, IICD*
- AAVV
2002 *Media in Development. An evaluation of UNESCO's International Programme for the Development of Communication, Royal Norwegian Ministry of Foreign Affair*
- AAVV
2002 *Communication for Development Roundtable Report-Focus on HIV-AIDS, Managua (Nicaragua), UNFPA*
- AAVV
2005 *Strategic Communication for Behaviour and Social Change in South Asia, UNICEF*
- AAVV
2006 *The Rome Consensus. Communication for Development. A major pillar for Development and Change, FAO, The World Congress on Communication for Development*
- Abril, G
2003 "Conflictos culturales y estrategias discursivas en dos textos de la América colonial hispana", in *Sphera Publica*
- Abril, G.
2003 *Cortar y pegar. La fragmentación visual en los orígenes de los textos informáticos, Madrid, Cátedra Signo e Imagen*
- Abril, G.
2007 *Mirar lo que nos mira. Análisis crítico de textos visuales, Madrid, Editorial Síntesis*
- Abril, G.
2007 "La información como formación cultural", in *Cuadernos de Información y Comunicación. Información y cultura visual,, Vol.12, Madrid*

- Appadurai, A.
2001 *Modernità in polvere. Dimensioni culturali della globalizzazione*, Roma, Meltemi
- Aumont, J.
1992 *La imagen*, Paidós Barcelona
- Barthes, R.
1980 *La camera chiara*, Torino, Einaudi
- Bauman, Z.
1999 *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, Barcelona, Gedisa
- Becerra, M.
2005 "Las políticas de info-comunicación ante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información", in *Quaderns del CAC*, n°21, Barcelona
- Bernardelli, A.
1999 *Intertestualità*, Firenze, La Nuova Italia
- Boltanski, L.
1993 *La souffrance à distance : morale humanitaire, médias et politique*, Paris, L.Métailié
- Boltanski, L. Y Chiapello, E.
2002 *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid, Akal
- Boscarol, M.
2003 *Ecologia dei siti internet*, Milano, Hops Libri
- Burke, P.
2005 *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Madrid, Critica, 2005
- Cabañero-Verzosa, C.
1999 *Comunicación Estratégica para Proyectos de Desarrollo*, World Bank
- Carrada, L.
2000 *Scrivere per Internet*, Milano, Lupetti
- Cavicchioli, S.
1996 *Spazialità e semiotica: percorsi per una mappa*, VERSUS 73/74
- Chomsky, N. and Herman, E. S.
1988 *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York, Pantheon Books

- Chouliaraki, L.
2006 *The spectatorship of suffering*, London, Sage
- Cosenza, G.
2004 *Semiotica dei nuovi media*, Roma, Editori Laterza
- Davila Legerén, A.
2007 "Un globo paródico e incidental. A propósito del icono canónico de la globalización en-Cubierta", in *Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 12
- De Mauro, T.
1981 *Guida all'uso delle parole*, Roma, Editori Riuniti
- Deleuze, G., Guattari, F.
1980 *Mil Mesetas (capitalismo y esquizofrenia)*, Barcelona, Seix Barral
- Department for International Development
2005 *Aids Communication. Information and Communication for Development*, United Kingdom Ministry of Foreign Affairs
- Dore, G.
2004 *Scritture di colonia*, Bologna, Patron
- Dorfman, A., Mattelart, A.
1975 *How to read Donald Duck: Imperialist Ideology in a Disney Comic*, International General, New York
- Eco, U.
1979 *Lector in fabula*, Milano, Bompiani
- Escobar, J.
1995 *Encountering development: the making and the unmaking of the IIIrd World*, Princeton, Princeton University Press
- Fair, J. E.
1989 "29 years of theory and research on media and development: the dominant paradigm impact", *Gazette*, 44
- Fair, J. E., Shah, H.
1997 "Continuity and discontinuity in communication development research since 1958", *Journal of International Communication*, 4:2
- Fairclough, N.
1992 *Discurso e mudança social*, Brasília, UNB
- Fejes, F.
1986 "El imperialismo de los medios de comunicación", *Análisi: quaderns de comunicació i cultura*, nº10/11

- Floch, J. M.
1995 *Identità Visive*, Milano, Franco Angeli
- Fontanille, J.
1998 *Sémiotique du discours*, Pulim, Limoges
- Fontanille, J.
1995 *Sémiotique du visible*, PUF, Paris
- Foucault, M.
1970 *La arqueología del saber*, Siglo XXI, México
- Foucault, M.
1985 *Las palabras y las cosas*, Milano, Planeta Agostini
- Freire, P.
1983 *Pedagogy of the oppressed*, New York, Seabury Press
- García Canclini, N.
1999 *La globalización imaginada*, Barcelona, Paídos
- Grandi, R.
1994 *I mass media fra tra testo e contesto*, Roma, Lupetti
- Grandi, R. (a cura di)
1997 *Semiotica al Marketing. Le tendenze della ricerca nel marketing, nel consumo, nella pubblicità*, Roma, Franco Angeli
- Grandi, R.
2001 *La comunicazione pubblica*, Roma, Carocci
- Grandi, R.
2000 "Il portale regionale come occasione di identità", in *Quaderni di Comunicazione Pubblica*. 3, Bologna, Regione Emilia-Romagna e CLUEB
- Greimas, A.J.
1974 *Del senso*, Milano, Bompiani
- Greimas, A.J.
1983 *Del senso II*, Milano, Bompiani
- Greimas, A.J.
1991 *Semiotica plastica y semiotica figurativa*, Roma, Esculapio
- Greimas, A.J.
1988 *Dell'imperfezione*, Roma, Sellerio
- Greimas, A.J., Courtès, J.

- 1979 *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette
- Groupe μ
1993 *Tratado del signo visual. Para una retorica de la imagen*, Madrid, Cátedra
- Hall, S.
2006 *Il soggetto e la differenza*, Roma, Meltemi
- Hall, S.
1980 "Encoding/decoding in Television Discourse", in Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., Willis, P., *Culture, media, language*, Londres, Hutchinson,
- Held, D.
2005 *Un pacto global*, Madrid, Taurus
- JM. Toledano, J. Guimaraes, C. Illán y V. Farber
2008 *Buenas prácticas en la cooperación para el desarrollo*, Madrid, Los libros de la Catarata
- Landow, G. P.
1995 *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Paidós Barcelona
- Landowski, E.
1997 *Presence de l'autre. Essais de sociosémiotique*, Paris, PUF
- Ligas, C., Crepaldi, F.
2004 *Principi di Net-Semiology*, Milano, Hops Libri
- Limiti, E., Rondinella, T.
2007 *Libro Bianco sulle politiche pubbliche di cooperazione allo sviluppo*, Campagna Sbilanciamoci
- Loomba, A.
2000 *Colonialismo, Postcolonialismo*, Roma, Meltemi
- Lotman, Jurji
1985 *La semiosfera*, Venezia, Marsilio
- Lozano, J., Abril, G., Peñamarín, C.
1982 *Análisis del discurso*, Madrid, Cátedra
- Manovich, L.
2005 *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Paidós Barcelona
- Marin, L.

- 1994 *De la representation*, Paris, Gallimard Seuil
- Martín Barbero, J.
1987 *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Gili, México
- Mattelart, A.
1998 *La mondialisation de la communication*, Paris, Presse Universitaire de France
- Mefalopulos, P., Kamlongera, C.
2004 *Participatory Communication Strategy Design*, FAO
- Meleggetti, R. (a cura di)
2005 *Oltre lo sviluppo*, Roma, Meltemi
- Mesnard, P.
2004 *Attualità della vittima*, Venezia, Ombre Corte
- Mouffe, C.
2007 *Entorno a lo político*, FCE
- Nielsen, J.
2002 *Homepage usability*, Milano, Apogeo
- Nielsen, J.
2000 *Designing Web Usability*, Macmillan Computer Publishing
- Peirce, C.S.
1980 *Semiotica*, Torino, Einaudi
- Peña-Marín, C.
2000 "Perspectivas sobre el campo de batalla", in *Tropelias* nº 11
- Pozzato, M.
2001 *Semiotica del testo*, Roma, Carocci
- Rancière, J.
2006 *El viraje ético de la estética y la política*, Santiago del Chile, Palinodia
- Ricolfi, L.
2005 *Perché siamo antipatici. La sinistra e il complesso dei migliori*, Milano, Longanesi
- Rønning, H., Skare Orgeret, K.
2006 *An evaluation of the Reforms*, International Programme for the Development of Communication
- Saiz Echezarreta, V.

- 2008 *Una construcción solidaria de la subalternidad: mujeres en la publicidad de las Ong*, lavoro non pubblicato
- Sbisà, M.
1978 *Gli Atti linguistici*, Milano, Feltrinelli
- Segrè, A.
1999 *I signori della transizione. Dove vanno a finire i soldi della cooperazione nei paesi post comunisti*, Stampa Alternativa, Roma
- Segre, A.
2005 *Raccontare la sofferenza. Le pratiche comunicative in tre diversi tipi di produzioni audiovisive che narrano il dolore a distanza*, Tesi di Dottorato
- Semprini, A.
2003 *Le società di flusso*, Milano, Franco Angeli
- Semprini, A.
1990 *Lo sguardo semiotico*, Milano, Franco Angeli
- Servaes, J.
2002 *Approaches to Development Communication*, UNESCO
- Servaes, J., Malikhao, P.
2002 *Communication and Sustainable Development. Background paper. 9th United Nations Communication for Development Roundtable*, FAO
- Servaes, J.
2001 "Participatory communication (research) for social change: old new challenges" in *The journal of International Communication*, 7:2
- Sontag, S.
1977 *Sulla fotografia*, Torino, Einaudi
- Sontag, S.
2003 *Ante el dolor de los demás*, Madrid, Alfaguara
- UNESCO
2007 *'Towards a Common UN System Approach: The Role of Communication for Development in Achieving the MDGs'*, UNESCO Background Paper prepared for the 10th Interagency Roundtable on Communication for Development
- United Nations Development Programme
2007 *Towards a Common UN System Approach: Harnessing Communication to achieve the MDGs'*, UNDP Background Paper prepared for the 10th Interagency Roundtable on Communication for Development

- Vaux, T.
2002 *L'altruista egoista*, Ega Editore
- Veron, E.
2004 *Fragmentos de un tejido*, Barcelona, Gedisa
- Waisbord, S.
2001 *Family Tree of theories, methodologies and strategies in Development Communication*, Rockefeller Foundation
- Zinna, A.
2003 *Le interfacce degli oggetti di scrittura*, Roma, Meltemi

Ringraziamenti

Durante la gestazione di questo lavoro, che ha occupato gli ultimi quattro anni, finora i più intensi, della mia vita, ho cambiato paese di residenza, lavoro, due case, ho fatto due figli e, soprattutto, ho avuto accanto molte persone meravigliose che, in un modo o in un altro, mi hanno seguito e incoraggiato. Anche quando pensavo seriamente di abbandonare, o le circostanze sembravano spingermi a farlo, le persone che cito a continuazione mi hanno dato la forza di andare avanti, a volte anche senza saperlo.

Ringrazio quindi:

Gonzalo Abril Curto, *director* ufficiale e reale di questa tesi, non solo perché senza di lui e i suoi preziosi consigli mi sarei persa più volte in un vicolo cieco, ma soprattutto per l'immensa disponibilità. Per accogliermi sempre con un sorriso durante le ore passate a discutere della ricerca e non solo, e per essere uno dei pochi professori, intellettualmente fuori dal comune, che dimostrano una straordinaria dedizione all'insegnamento. Un maestro con la m maiuscola.

Il gruppo di ricerca in Sociosémiotica de la Investigación Intercultural dell'Università Complutense di Madrid, composto da Gonzalo Abril, Cristina Peña-Marín, Wenceslao Castañares, Maria José Sanchez-Leyva y Vanessa Saiz Echezarreta, che con i seminari e i dibattiti "col coltello fra i denti" non solo mi hanno permesso di mettere alla prova la mia ricerca, ma hanno costituito un continuo stimolo.

Vanessa Saiz Echezarreta, per le lunghe ore condivise virtualmente al computer, in contatto costante attraverso Skype, per l'incoraggiamento, la simpatia, il calore umano e la brillantezza intellettuale che ne fanno la più promettente giovane professoressa in circolazione. E per condividere con me l'inconfessabile passione per una certa caffetteria americana...

Andrea Segrè, coordinatore del dottorato in Cooperazione Internazionale e Politiche per lo Sviluppo Sostenibile, per avermi introdotto nel mondo della cooperazione internazionale e avermi messo di fronte alle mie responsabilità di dottoranda nei miei momenti più bui.

Andrea Segre (senza accento) per la sua tesi di dottorato, uno riferimento fondamentale, e per dimostrare con il suo lavoro da regista che la comunicazione, se ben fatta, riesce davvero a cambiare le cose.

Il Dipartimento de Periodismo III de la Universidad Complutense de Madrid per l'accoglienza che mi hanno offerto appena arrivata (e negli anni successivi) e per il prezioso aiuto nelle inevitabili pratiche burocratiche.

Beiña, per l'amicizia che mi dimostra tutti i giorni da 4 anni a questa parte e per avermi sempre tirato su di morale in interminabili sessioni a base di caffè e sigarette, confidando sempre nella mia capacità di portare a termine le imprese più impossibili.

Anna Roberti, per la sua splendida casa, diventata il mio quartier generale bolognese nei miei soggiorni costanti per questioni accademiche, e ovviamente per la sua meravigliosa cucina.

Maura Pazzi, per l'amicizia, la vitalità e la pazzia, e la profonda conoscenza del mondo della cooperazione per lo sviluppo.

Giuditta De Concini, amica preziosa e punto di riferimento nell'Università di Bologna.

Francesca Regoli per aver sopportato il bombardamento costante delle mie e-mail sulle questioni più disparate riguardanti il dottorato alle quali ha sempre risposto puntuale ed efficiente.

Mia mamma, Laura, per avermi sempre amato incondizionatamente e appoggiato sempre e comunque in ogni mia scelta.

Angeles Albert, un esempio di dedizione all'istituzione pubblica fuori dal comune, per avermi dato l'opportunità di conoscere a fondo l'Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo, mettendomi a disposizione informazioni, materiale e soprattutto la sua esperienza.

Ma, soprattutto, a Luis, Martino e Camillo, per l'amore che mi dimostrano ogni giorno, e per aver sopportato tutte le mie patacchie, il mio nervosismo, la mia cucina disgustosa e i miei orari impossibili durante la stesura di questa tesi.